

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2012)
Heft: 49

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 01.01.2026

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



Jubiläum

Das St. Moritz Gourmet Festival feiert sein 20-jähriges Bestehen. Das sind die News und die Gastköche der Ausgabe 2013.

Seite 14

Sonntagsarbeit

Der Ständerat will den Sonntagsverkauf liberalisieren, um den Schweizer Tourismus zu stärken.

Seite 2

Marketing

Das Urner Unterland hat jetzt seine eigene Tourismusorganisation. Diese setzt ausschliesslich auf sanften Tourismus.

Seite 3

Opening

Das Hotel Mont Cervin Palace in Zermatt erstrahlt nach acht Monaten Umbauzeit in altem und neuem Glanz.

Seite 15

Kevin Kunz, Direktor Mont Cervin Palace, CEO Seiler Hotels Zermatt AG.

ZVG

Zum neuen Hotel The Alpina Gstaad gehören 56 Zimmer und Suiten sowie private Apartments und Chalets.

ZVG

Mit dem neuen «The Alpina Gstaad» hat der Berner Nobelpörtier vier 5-Sterne-Hotels. Die Initianten glauben, das Hotel rentabel betreiben zu können.

DANIEL STAMPFLI

Unser Immobilie ist schuldenfrei und hat die besten Voraussetzungen, um rentabel zu sein», sagt Marcel Bach, Initiator und Miteigentümer des «Alpina» im Interview mit der htr. Ziel sei, das Hotel während 240 Tagen im Jahr geöffnet zu haben. Der Eröffnung am vergangenen Wochenende ging eine 17-jährige Planungs- und Bauzeit voraus. Die Investitionen betrugen über 300 Mio. Franken. Betrieben wird das «Alpina» von der Alpina AG.

Aktionäre sind Marcel Bach, der gleichzeitig deren Präsident ist, und der französische Industrielle Jean-Claude Mimran, dessen Vermögen von der «Bianca» auf 1,5 bis 2 Mrd. Franken geschätzt wird.

Nach Gesprächen mit einzelnen Hotelketten hätte man entschieden, das Hotel privat zu betreiben. Wie Bach im Interview weiter erklärt, sei auch der Verkauf des Hotels zurzeit kein Thema: «Wir werden später entscheiden, ob wir das Hotel überhaupt verkaufen möchten. Vielleicht werden wir es ja auch behalten.»

Auch Managing Director Niklaus Leuenberger ist zuversichtlich, dass das Hotel schwarze Zahlen schreiben wird und spricht von einer «sehr vielversprechenden Buchungslage vom ersten Tag an». Mit seinem 120-köpfigen Team will Leuenberger dem Haus im Chaletstil, das mit 13000 Quadratmeter Altholz ausgestattet wurde, jetzt «eine Persönlichkeit geben».

Seite 5 und 13

Hotellerie

Ein neuer Besitzer für das Hotel Préalpina

Die Unia hat ihr 4-Sterne-Hotel Préalpina in Chexbres endlich verkauft. Die bisherigen Mitarbeitenden werden vom neuen Besitzer übernommen. Der neue Eigentümer ist Nikolai Sidorov, ein russischer Investor, der seit 10 Jahren in Lausanne lebt. Über den Preis wird Stillschweigen gewahrt. Sidorovs Unternehmen besitzt bereits fünf andere Hotels in der Romandie. Alle Häuser umfassen zwischen 35 und 70 Zimmern. jje/ck

Seite 20

Winter 2012/2013

Auch Nachbarländer buhlen um den Schweizer Winter-Gast

Frage man die Tourismus-Chefs der Schweiz, von Österreich und Südtirol nach den Prognosen für diesen Winter, geben sie sich vorwiegend zuversichtlich. Nur Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, räumt ein mögliches Minus ein.

Was der Winter wirklich bringen wird, lässt sich im Voraus nur ungenau abschätzen. Das Wetter und die kurzfristigen Buchungen können heutige Prognosen gegen oben oder gegen unten korrigieren. Die Umfrage,



Weihnachtsmärkte bringen Gäste in die Städte.

die einige Regionalverbände von hotelleriesuisse für die htr hotel revue gemacht haben,

zeigen Tendenzen in Richtung Status quo. Einige Orte rechnen jedoch auch mit einem Minus. Und dies vor allem aus dem Euroraum, allen voran Deutschland. Die befragten alpinen Ferienregionen setzen aller auf Schweizer Gäste. Jürg Schmid geht denn auch davon aus, dass die Schweizer der Schweiz die Treue halten werden. Doch: Der Schweizer Guest wird auch von Österreich und vom Südtirol umworben. Er hat die Wahl. ck

Seite 7 bis 11 und 21

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

HOREGO

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten.

www.horego.ch

BRITA Professional
Wir machen Dampf!
PURITY Steam
Für optimale Wasserqualität

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

hotelleriesuisse Swiss Hotel Association Preferred Partner

protel

Wir machen Hotels erfolgreicher.

ROTOR Lips

www.RotorLips.ch

Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

FRISCHER GEHT'S NICHT!

CCA Angehni
Cash-Carry
Fach für Fach

Mehr Infos und alle Standorte unter www.cca-an gehni.ch

Aus der Region

Berner Oberland

Gstaad hat besten Tourismusfilm des Jahres

Der Imagefilm von Gstaad Saanenland Tourismus hat in Wien die Auszeichnung «weltweit bester Tourismusfilm des Jahres» gewonnen. Die Würdigung des internationalen Committee of Tourism Film Festivals (CIFT) basiert darauf, dass die Produktion bei 14 internationalen Festivals der CIFT-Mitglieder stets weit oben rangierte und zahlreiche Preise holte. Im Mittelpunkt des Films steht Ben, der mit seinen vielfältigen Ferielerlebnissen in Gstaad seine Bürokollegen zum Träumen bringt.

Lenk: erste solarbetriebene Nachtloipe

An der Lenk befindet sich die erste solarbetriebene Nachtloipe der Schweiz. Dabei wird nicht nur die 1,5 Kilometer lange Loipe mit Solarstrom beleuchtet, sondern auch die neue Biathlon-Anlage beim Nordic Zentrum Lenk-Simmental. Dieses hat das neue Lichtkonzept zusammen mit der Firma Solar Center Muntwyler entwickelt und erprobt. Die einzelnen Lampen beleuchten eine Distanz von 150 bis 200 Metern Loipe während rund vier bis fünf Stunden.

Kandersteg: Einsprachen gegen Park Royal



Gegen die geplanten Neubauten der Helios Immobilien SA aus Aubonne auf dem Gelände des geschlossenen Royal Park Hotel in Kandersteg sind sechs Einsprachen beim Regierungsstatthalteramt eingegangen. Darunter befindet sich auch eine Eingabe von Helvetia Nostra, wie der «Berner Oberländer» schreibt. Die Stellungnahme der Immobilienfirma folgt Anfang 2013. Geplante sind für insgesamt 30 Mio. Franken drei Neubauten mit 24 bewirtschafteten Wohnungen und eine Sanierung des 5-Sterne-Hotels.

Wallis

Kanton baut regionales Bahnnetz aus



Ab 9. Dezember fahren zwischen Brig und Monthey mehr Regionalzüge. Ausserdem gibt es ab dann neu direkte Züge zwischen Brig und dem Grenzort St-Gingolph am Genfersee. Laut Mitteilung von Kanton und der Gesellschaft Region Alps erhalten nun nach den Kantonen Waadt und Freiburg auch das Wallis ein Regionales Express Netz (RER). Region Alps investiert 15 Mio. Franken in den Angebotsausbau. sag



Gerade für asiatische Touristen ein wichtiges Reisemotiv: Shopping – egal an welchem Tag.

Alain D. Boillat

Sonntagsverkauf: Verbot lockern

Der Ständerat will den Sonntagsverkauf künftig weniger strikt handhaben. Er soll auf die Bedürfnisse des modernen Tourismus ausgerichtet werden. Die Gewerkschaften kündigen bereits Widerstand an.

Einkauf ist mittlerweile der viertwichtigste Grund für Reisen in die Schweiz.» Das betonte Ständerat Fabio Abate (FDP/TI) am Dienstag gleich zu Beginn der Debatte über Sonntagsverkäufe in Tourismusgebieten. Abate verlangte deshalb, dass Artikel 25 der geltenden Verordnung zum Arbeitsgesetz so abzuändern sei, dass er den Erfordernissen des modernen Tourismus besser entspreche. Heute können die Kantone in den «Fremdenverkehrs-

gebieten» während der Saison Sonntagsarbeit erlauben. Doch für Abate gibt es «Fremdenverkehrsgebiete» als wohldefinierte «Orte» gar nicht mehr, sondern nur noch funktionale Wirtschaftsräume. «Tour Operators schalten in der Schweiz wenige, in Städten bemessene Zwischenstopps ein. Zu diesen gehören dann vielleicht das Jungfraujoch, die Luzerner Kappelbrücke und ein Shopping-Center - Letzteres übrigens nicht um die vergessene Zahnpasta zu kaufen, sondern

ST-Kredit 12 Millionen mehr?

Erhält Schweiz Tourismus grünes Licht, um im kommenden Jahr ein Sonderprogramm für den alpinen und ländlichen Tourismus zu starten? Bis Redaktionsschluss der htr hotel revue war leider nicht klar, ob der Ständerat als Zweitrat den dafür nötigen 12-Millionen-Kredit bewilligt.

Der Nationalrat hat dies letzte Woche während der Budget-Debatte bereits getan. Olivier Feller (FDP/VD), Minderheitsredner der Finanzkommission, führte

aus, dass Schweiz Tourismus mit den zusätzlichen Mitteln mit einem Sonderprogramm eine Diversifizierung der Herkunfts Märkte vornehmen und neue Märkte erschliessen könnte, etwa in der Türkei und in Indonesien. Auch sollten Unesco-Welterbe-Regionen mit Reiserouten verbunden werden. Rosmarie Quadranti (BDP/ZH) doppelte nach, die Tourismusbranche habe es wie die Landwirtschaft doppelt schwer. Mit dem Ja wolle die Mehrheit ihrer

Faktion diese Schwierigkeiten anerkennen. Es gelte, den Anteil der Fernmärkte zu stärken und zusätzliche Logiernächte zu generieren.

Bei den 12 Millionen handelt es sich um eine erste Kreditlinie. Angelegt ist das Sonderprogramm auf drei Jahre (2013-2015) mit einem Gesamtbudget von 36 Millionen Franken. tl

Aktuelle Entscheide aus der eidgenössischen Session:
www.htr.ch/session

Session Die weiteren Entscheide

Tourismus-Bericht: Der Ständerat hat per Motion einen Bericht zur strukturellen Situation des Tourismus verlangt. Angesichts derlahmenden Wirtschaft in den Nachbarländern und des starken Frankens anerkennt Bundesrat Johann Schneider-Ammann den Handlungsbereich. Bis im Sommer 2013 will er einen Vorschlag für eine künftige Tourismusstrategie vorlegen.

Petite Arvine: Wie «Dôle» und «Fendant» soll auch «Petite Arvine» als Walliser Wein-Marke anerkannt werden. Der Ständerat

hat als Zweitrat eine entsprechende Motion gutgeheissen. Bundesrat Schneider-Ammann machte vergeblich darauf aufmerksam, dass international sowohl «Arvine» wie «Petite Arvine» als Rebsorten definiert seien und deshalb nicht geschützt werden können.

Immobilienmarkt: Die Lex Koller soll weiter gelten. Der Nationalrat hat sich einstimmig dafür ausgesprochen, die Beschränkung für Personen aus dem Ausland für den Erwerb von Grundstücken in der Schweiz beizubehalten. Nun liegt der Ball beim Ständerat. tl

Grünes Licht für Olympia 2022

Das Bündner Kantonsparlament hat sich für Olympia ausgesprochen. Damit hat eine allfällige Kandidatur Graubündens um die Austragung der Olympischen Winterspiele 2022 eine wichtige Hürde genommen.

DANIEL STAMPFLI

Mit 100 zu 16 Stimmen haben am Dienstag die Bündner Grossräteinnen und Grossräte beschlossen,

dem Bündner Stimmvolk die Einreichung der Kandidatur zu empfehlen. Als Grundlage soll das von der Regierung vorgelegte Konzept dienen. Gegen eine Kandidatur stimmte allein die SP-Fraktion. Der einzige Parlamentarier der Grünliberalen enthielt sich der Stimme. Mit vergleichbaren Stimmenverhältnissen bewilligte das Parlament einen Verpflichtungskredit von 8 Mio. Franken für die Kandidatur sowie die Bildung von Reserven von 300 Mio. für die Durchführung der Spiele. Mit den reservierten Geldern sollen die Kosten für Infrastruktur und Sicherheit gedeckt werden.

Das Bündner Parlament befürwortet eine Kandidatur.
Das Parlament machte zudem einstimmig klar, dass der Kanton Graubünden in keinem Fall ein Defizit für die operative Durchführung der Winterspiele übernehmen wird. Die Durchführung

sei Sache des Bundes, und deshalb trage der Bund auch das Risiko, erklärte Volkswirtschaftsdirektor Hansjörg Trachsel. Der Bundesrat will eine Defizitzgarantie von einer Milliarde Franken übernehmen.

Das letzte Wort hat das eidgenössische Parlament. Die Bündner Stimmberechtigten werden über die Kandidatur und die Bildung der Reserven am 3. März an der Urne entscheiden. Noch ist aber unklar, in welcher Form ihnen die Geschäfte vorgelegt werden.

Die Begeisterung für Olympische Winterspiele ist bei den bür-

gerlichen Parteien gross. Kritische Voten gab es aus ihren Reihen kaum, sie sehen nur Vorteile. Dank der Spiele sollen private Investitionen und Bundesgelder nach Graubünden fließen, von denen der Kanton ansonsten nicht einmal zu träumen wagte. Nur mit Olympia käme Graubünden wieder auf den Radar des Bundes, hiesst es. Mit der Kandidatur würden Verkehrsprojekte aktuell, die beim Bund derzeit nicht einmal vierter Priorität hätten. Ausgebaut werden soll auch die touristische Infrastruktur. Große Hoffnungen setzt man in den erwarteten Werbeeffekten.



Das Bündner Parlament befürwortet eine Kandidatur.

Das Parlament machte zudem einstimmig klar, dass der Kanton Graubünden in keinem Fall ein Defizit für die operative Durchführung der Winterspiele übernehmen wird. Die Durchführung

Viel ist passiert, seit das Urner Stimmvolk im September das neue Tourismusgesetz angenommen hat. Die Tourismus Uri AG wurde geboren, und sie hat sportliche Ziele.

VIRGINIA NOLAN

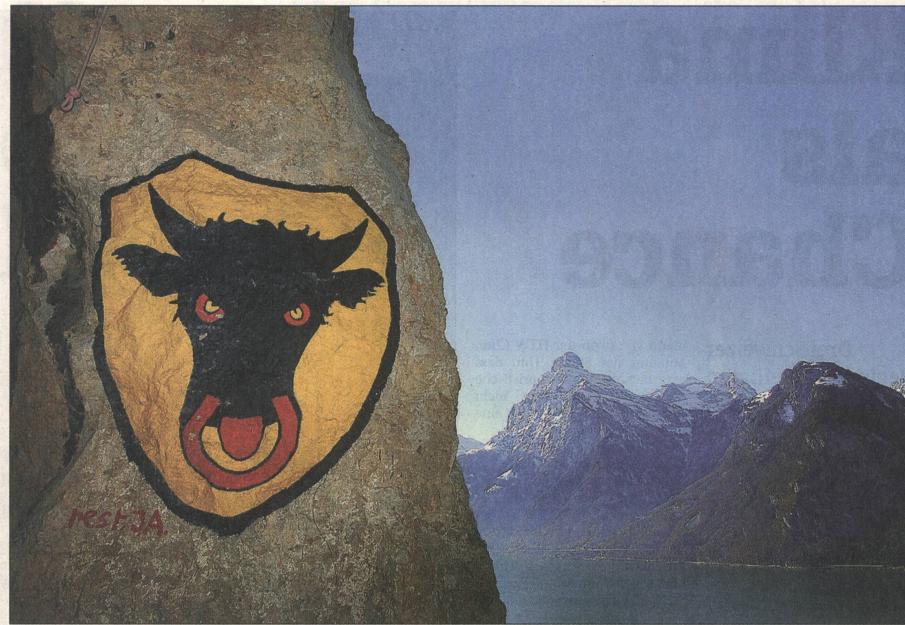
E rstmals ist in Uri der Weg frei für die kantonale Förderung des Tourismus. Die Basis dafür legte die Stimmbevölkerung, als sie im September zum neuen, kantonalen Tourismusgesetz deutlich Ja sagte. Seither ist viel passiert, und letzte Woche in Seedorf wurde die Uri Tourismus AG aus der Taufe gehoben.

Die neugegründete Organisation wird ab Januar die Arbeit der ehemaligen Tourist Info Uri weiterführen. Ihre Ziele beschreibt der zukünftige Präsident Georg Simmen wie folgt: Das Tourismusbewusstsein im Kanton stärken, das Marketing professionalisieren und, vor allem, die Besucherzahlen im Urner Unterland ankrabbeln.

Ein Kanton, zwei Tourismusorganisationen

Man mag nun statuen und sich fragen, was mit dem Oberland sei. Die Antwort darauf liegt in der Tourismusstruktur des Bergkantons: Norden und Süden werden von zwei unterschiedlichen Organisationen beworben. Im Süden – dem Oberland – führt die Andermatt-Ursental Tourismus ihre Arbeit weiter, während der nördliche Kantonalland künftig von der neugegründeten Uri Tourismus vermarktet wird.

Wäre es nicht sinnvoller, diese Kräfte zu bündeln, zumal der touristische Leuchtturm Andermatt um die Ecke liegt? «Aus betriebswirtschaftlicher Sicht wäre eine Organisation sicher sinnvoll», sagt Georg Simmen. Insgesamt spreche allerdings mehr dafür, dass Unter- und Oberland weiterhin in eigener Sache aktiv seien: Man pflege eine gute Zusammen-



Im Urner Unterland orientiert man sich touristisch eher nach Norden, unter anderem hin zum Grossraum Luzern.

zvg

Neues Zeitalter für Urner Tourismus

arbeit, habe aber unterschiedliche Ausrichtungen. Andermatt entwickelte sich zum Standort für Intensivtourismus mit Ausstrahlung bis in die südliche Gotthardregion. Im Urner Unterland hingegen orientiere man sich eher nach Norden, unter anderem hin zum Grossraum Luzern. «Zudem setzen wir ausschliesslich auf sanften Tourismus.»

Durch das neue Tourismusgesetz ist die neugegründete Uri

Tourismus, eine Aktiengesellschaft, in der Pflicht, gewinnbringend zu wirtschaften. Zwar soll sie neuerdings mit einem Jahresbudget von 1,5 Millionen Franken ausgestattet werden, was fast einer Verdopplung des bisherigen Betrags entspricht.

Ohne genügend Eigenleistungen gibt es keine öffentlichen Gelder

Mindestens 306 000 Franken müssen davon jedoch aus Eigen-

leistungen kommen. Gelingt das nicht, drehen Kanton und Gemeinden den Hahn zu – und es gibt gar kein Geld. «Wir haben uns damit ein sportliches Ziel gesetzt», sagt Simmen. «Wenn wir die Leistungserbringer nicht überzeugen können, mit uns Werbebeiträge abzuschliessen, haben wir keine Daseinsberechtigung mehr. Wir müssen ihnen etwas bieten können.» Allerdings bringe die neue Situation auch den Vorteil mit sich, dass seine Organisation Triebfahrer, die sich nicht an der Tourismusförderung beteiligen, in der Liste der Unterkünfte auch nicht mehr berücksichtigen müsse.

Schweizer und Deutsche machen die grösste Gästegruppe aus

Um potenzielle Kooperationspartner zu überzeugen, hat Uri Tourismus in den vergangenen

Wochen viel Strategiearbeit für den Standort geleistet. So will man sich im Marketing künftig auf vier thematische Kernbereiche konzentrieren: die Alpen als Natur- und Lebensraum, Folklore und Brauchtum, die Geschichte um den Ursprung der Schweiz sowie «Human Powered Mobility», was so viel wie Langsamverkehr in Form von Wandern, Radfahren, Schneeschuhlaufen

bedeutet. «Wir haben kein so prominentes Aushängeschild wie das Matterhorn», sagt Simmen, «darum ist es umso wichtiger, dass wir uns ein klares Profil geben.» Wichtig bleiben für die Region Schweizer und deutsche Gäste, die 70 Prozent der Besucher ausmachen. Klare Angaben zu den Hauptzielgruppen will Uri Tourismus dann machen, wenn die neue Marketingstrategie endgültig steht – das soll im nächsten Jahr so weit sein.

Aus der Region

Graubünden

Verkauf der Therme Vals an Stoffel besiegt

Der Valser Gemeinderat hat beschlossen, den Vertrag zum Aktienverkauf der Hotel und Thermalbad Vals AG abzuschliessen – der Verkauf an Immobilienunternehmer Remo Stoffel ist damit besiegt. Man habe sich laut Mitteilung dazu entschieden, nachdem das Verwaltungsgericht auf eine Beschwerde Ende Oktober nicht eingetreten war. Die Gegengruppe hält derweil an einem Gang ans Bundesgericht fest, wie deren Sprecher Peter Schmid gegenüber dem Schweizer Fernsehen bekräftigte.

Flughafen Samedan vor Neuorganisation



zvg

Der Flughafen Samedan wird neu organisiert. Die Liegenschaften sollen von der Betreiberin Engadin Airport AG in eine selbstständige öffentlich-rechtliche Infrastrukturunternehmung des Kreises Oberengadin (Irga) und eine private Betriebsgesellschaft übertragen werden. Nur der Flugbetrieb werde weiterhin von einer Betriebsgesellschaft sichergestellt, so die «Südschweiz». Der Kanton will 4 Mio. Fr. Förderleistungen gewähren.

Ostschweiz

Seminarhotel Kapplerhof geschlossen

Das Seminarhotel Kapplerhof in Ebnat-Kappel schloss am Samstag, nachdem die Betreiberin Interessengemeinschaft Toggenburg (IGT) am Freitag ihre Bilanz deponiert hatte. Eine rentable Führung hätte laut IGT Sanierungen am 20-jährigen Haus bedingt, so das «St. Galler Tagblatt». Diese blieben aus, und im August musste das Hallenbad schliessen, was zu weniger Einnahmen bei gleichen Kosten führte. Gespräche mit Besitzerin Di-Gallo-Gruppe endeten in der Pachtvertragskündigung per 30. 11.

Kurhaus & Medical Center Oberwaid eröffnet



zvg

Das Kurhaus & Medical Center Oberwaid in St. Gallen hat nach fünf Jahren Planungs- und Bauzeit eröffnet. Es beinhaltet 144 Zimmer, ein Medical Center, einen Sport- und Bewegungsbereich, drei Restaurants sowie ein Spa und ein Hammam. Für 2013 strebe man mit dem 85 Mio. teuren Haus eine Zimmerauslastung von rund 40% an, so Direktor Thomas Weber gegenüber dem «St. Galler Tagblatt». sag

www.oberwaid.ch

Struktur im Bergkanton

Das neue Tourismusgesetz tritt in Uri ab Januar in Kraft und bildet die Basis für die Förderung der Branche durch den Kanton. Es sieht vor, dass zwei regionale Tourismusorganisationen den Kanton bewerben. Den Norden vermarktet die neugegründete Uri Tourismus AG, die bei Vollbetrieb mit einem Budget von 1,5 Mio. Franken und 890 Stell-

lenprozenten ausgestattet sein soll. Der Organisation gehören die Gemeinden Andermatt, Reck und Hospental und ab 2013 auch Gschenen, Wasser und Gurtmatten. Andermatt-Ursental Tourismus hat ein Jahresbudget von 1,5 Mio. Franken und 880 Stellenprozenten. Durch den Kanton zugesprochene Fördergelder können beide Tourismusorganisationen nur dann einlösen, wenn sie bestimmte Eigenleistungen erbringen. vn

Stärkung von Nidwalden

Am Montag wurde die neue Tourismusorganisation Nidwalden Tourismus gegründet. Der Vorstand zählt neun Mitglieder.



In Nidwalden soll der Tourismus gefördert werden.

Nidwalden Tourismus wurde gegründet, nachdem Mitte 2012 der Verein Vierwaldstättersee Tourismus, welcher ursprünglich für die gesamte Region Vierwaldstättersee tätig war, aufgelöst wurde. Die Hauptaufgabe des neuen Vereins besteht darin, sich national und international für die Anliegen und Belange der Tourismusunternehmen von Nidwalden einzusetzen und mit

Mit der Gründung von Nidwalden Tourismus wollen die Mitglieder auch gegenüber dem Kanton geschlossen und stark auftreten. Zudem werde der neue Verein seine Mitglieder mit zahlreichen Aktivitäten unterstützen, wie einer Medienmitteilung zu entnehmen ist. So partizipieren die Mitglieder dank der neuen kantonalen Tourismusorganisation situativ und je nach ihren Bedürfnissen direkt von der Marktbearbeitung der benachbarten Destinationen Luzern Tourismus, Engelberg-Titlis Tourismus, Obwalden Tourismus sowie von Schweiz Tourismus und weiteren branchennahen Organisationen.

Fünf Jahre Lötschberg-Basistunnel: BLS zieht positive Bilanz

Kapazitätsengpasse seien aufgrund eines weiteren Wachstums der Nachfrage absehbar.

Nach fünf Jahren Vollbetrieb auf dem ersten NEAT-Ast am Lötschberg zieht die BLS eine positive Zwischenbilanz. Infrastruktur und Betriebsorganisation hätten sich bewährt, teilt die BLS mit. Seien die ursprünglichen Planungen von 30 Reisezügen pro Tag ausgegangen, würden heute täglich 50 Reisezüge den Basistunnel durchqueren. Für den Güterverkehr sei die Trassenkapazität am Lötschberg (inkl. bestehender Bergstrecke) mit der Basisstrecke auf 110 Trassen pro Tag erhöht worden. Heute stösse der Tunnel an Spitzenlagen sowohl im Reisezug wie auch im Güterverkehr an seine Kapazitäts-

Aus der Region

Zentralschweiz

Tourismusforum: Kooperation mit UNO-Agentur

Das World Tourism Forum Lucerne hat einen Partnerschaftsvertrag mit der Welt-Tourismus-Organisation der UNO, der World Tourism Organization (UNWTO) unterzeichnet. Martin Barth, General Manager des Luzerner Forums, spricht von einem «Meilenstein». Der UNWTO gehören 155 Länder und über 400 Mitglieder des privaten Tourismus-Sektors, Ausbildungsinstitutionen und lokale Tourismusbüroden an. Das dritte Forum findet vom 17. bis 19. April in Luzern statt.

www.wtf lucerne.org

Engelberg-Brunni AG: Investitionen von 8 Millionen



Die Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG will in den nächsten fünf Jahren rund 8 Mio. Franken in Restaurants, Unterkünften und Bahnanlagen investieren. Der Hauptteil soll dabei in den Bau eines familienfreundlichen Restaurants bei der Talstation mit 170 Plätzen und Terrasse fließen. Deshalb wolle man laut Mitteilung das Aktienkapital von 1,0 auf 1,5 Mio. Franken erhöhen. Es sollen maximal 2000 Namensaktien mit einem Nennwert von 250 Franken ausgegeben werden. Neukänonäre zahlen 2700, bisherige 2400 Franken pro Aktie.

Lungern-Schönbüel künftig ohne Skibetrieb



Per diese Wintersaison stellt die «Panoramawelt» Lungern-Schönbüel (OW) den Skibetrieb ein. Der Aussichtsberg will im Winter neu auf Wanderer, Schneeschuhläufer und Schlittler setzen, und den Sommertourismus mit dem internationalen Gruppenreisegeschäft pushen. Geschäftsführer Paul Niederberger bestätigte einen entsprechenden Artikel in der «Zentralschweiz am Sonntag». Man habe jährlich wegen des Skigebiets 3500 Franken drauflegen müssen, bei einem Jahresumsatz von rund 3 Mio. Franken. Das Gebiet verfügte über vier Skilifte und 24 Kilometer Pisten. sag

HESSE

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen - zu vermieten - zu reorganisieren, oder suchen Sie einen Betrieb? Für solche Probleme sind wir seit bald 40 Jahren die Spezialisten.

Poststrasse 2, 8808 Präffikon
055 410 15 57
hesser@bluwin.ch

Klima als Chance

Drei Schweizer Regionen beteiligen sich am EU-Projekt «ClimAlpTour».
Deutlich wurde, dass der Klimawandel nicht isoliert betrachtet werden kann.

GUDRUN SCHLENCZEK

mano Wyss von der HTW Chur, Mitautor der Studie. Und dass eine entsprechende touristische Massnahme in der Regel nicht nur für den Klimawandel eine Lösung darstelle.

Beschneiung: Nicht nur eine Antwort auf Klimawandel

Ein gutes Beispiel sei die Beschneiung, so Wyss: «Die Beschneiung hat einen Klimafaktor, ist aber gleichzeitig auch eine Produktverbesserung.» Unabhängig vom Klimawandel gebe es Schwankungen in der natürli-

«Mit dem Klimawandel ist der Anpassungsdruck sicher grösser geworden.»

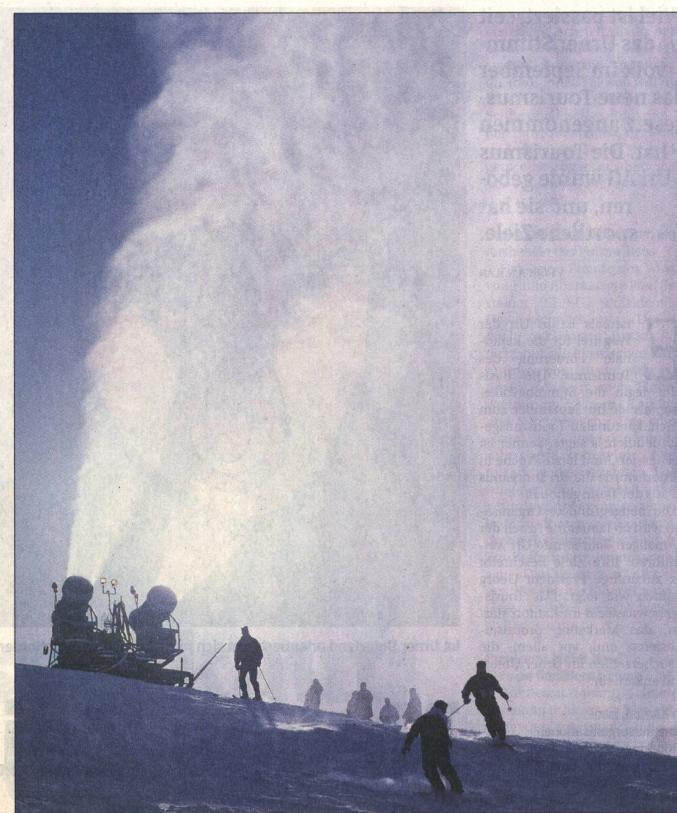
Roman Wyss
HTW Chur

chen Schneemenge. Mit dem Kunstschnee lässt sich eine gewisse Produktdurchsetzung erreichen. Ein anderes Beispiel ist der Ausbau des Sommertourismus als Antwort auf den Einbruch des Wintertourismus im Zuge der Klimawärme: Eine Destination könnte sich so auch neue Kundensegmente erschliessen. «Klimawandel kann nicht isoliert betrachtet werden, sondern immer nur im Kontext mit anderen Faktoren», ist Wyss überzeugt. So sei den Betroffenen in der Surselva während der Workshops klar geworden, dass eine stärkere Zusammenarbeit notwendig ist. Als Konsequenz wurde eine soziale

Seitens Schweiz waren drei Regionen mit von der Partie: Heidiland/Pizol, Obere Surselva und Aletsch. Der Finanzierungsrahmen für die Schweizer Projekte: 250 000 Franken. Das Geld stammt von Bund und Kantonen.

Im Verlauf des Projekts sei klar geworden, dass es für die Ferienregionen der Alpen nicht eine Lösung als Antwort auf den Klimawandel gebe, verdeutlicht Ro-

mance Wyss. Seitens der Surselva zudem in der Weiterentwicklung des Skigebiets im Zusammenhang mit Andermatt geschehen. Ein weiterer Ansatzpunkt ist



Der Klimawandel erfordert ein Mehr an Beschneiung, welche gleichzeitig das Produkt verbessert.

Netzwerkanalyse initiiert mit dem Ziel, die Auswirkungen der touristischen Strukturen auf die Anpassungsfähigkeit der Region zu prüfen. «Mit dem Klimawandel ist der Anpassungsdruck sicher grösser geworden.»

Folge-Projekt von ClimAlpTour: «Klimaschutz jetzt und hier»

Chancen werden in der Surselva zudem in der Weiterentwicklung des Skigebiets im Zusammenhang mit Andermatt geschehen. Ein weiterer Ansatzpunkt ist

das Nutzen der Stauseen für touristische Zwecke, wie Klettern an der Staumauer.

Im Altschlagsgebiet wurden drei konkrete Adaptionen erarbeitet: erstens eine Verbesserung der Wasser- und Energieeffizienz der Kunstsneeproduktion, dann ein Themenpfad mit kulinarischen Highlights entlang des Gletschers und drittens ein Info-Programm für Primarschulen. In der Region Heidiland/Pizol befürchtet man als Folge des Klimawandels insbesondere Schnee-

mangel und weniger Nachfrage im Winter sowie Schäden bei der Infrastruktur durch Erosion oder Stürme. Als Anpassungsvarianten diskutiert wurden ein E-Bike-Netz, mehr Wellness-Angebote und ein Energiecheck der Bahninfrastruktur. Das Folgeprojekt von ClimAlpTour ist das Innovatour-Projekt «Klimaschutz jetzt und hier» mit den fünf Pilotregionen Braunwald, Rigi, Saas-Fee/Saastal, Sattel-Hochstuckli, Engadin Scuol Samnaun Val Müstair (hotel revue vom 15.11.2012).

Logiernächte: Zunahme im Oktober

Mehr Gäste aus dem Ausland, weniger aus dem Inland und insgesamt ein Logiernächteplus: Das zeigen die Ergebnisse des BFS für die Schweizer Hotellerie im Oktober.

GUDRUN SCHLENCZEK



Im Sommer 2012 blieben viele Zimmerschlüssel liegen.

Die Hotellerie in der Schweiz verzeichnete im Oktober 2012 wieder ein leichtes Logiernächteplus, wie die provisorischen Ergebnisse des Bundesamtes für Statistik (BFS) verdeutlichen: Insgesamt generierten die Schweizer Hotels 2,6 Millionen Logiernächte, was gegenüber Oktober 2011 einer Zunahme von 1,3 Prozent (+35 000 Logiernächte) entspricht. Die Gäste aus dem Ausland bescherten den Hotels 1,3 Millionen Lo-

giernächte, was einer Zunahme um 5,5 Prozent (+69 000) gleichkommt. Die stärkste absolute Zunahme brachten Besucher aus China mit 21 000 zusätzlichen Logiernächten (+32%).

Ein Minus an Logiernächten mussten die Hotels bei den Gästen aus dem Inland hinnehmen. Mit diesen generierten die Hotels zwar ebenfalls 1,3 Millionen Logiernächte, was aber eine Abnahme von 2,5 Prozent bedeutet

(-34 000 Logiernächte). Weniger rosig präsentieren sich die Zahlen für die gesamte touristische Sommersaison: Von Mai bis Oktober wurden 19,3 Millionen Logiernächte registriert. Das sind 2,5 Prozent weniger (-499 000 Logiernächte) als in der entsprechenden Vorjahresperiode. Das grösste Minus verzeichnete Graubünden (-7,1%), gefolgt vom Genferseegebiet (-6,5%) und dem Berner Oberland (-5,2%).

Wird der legendäre Kurverein St. Moritz im 2014 endgültig geschlossen?

Nächstes Jahr entscheidet die GV, ob der Kurverein in die Gemeinde St. Moritz integriert werden soll.

Falls die Generalversammlung im Juni 2013 das Aus für den 1864 gegründeten St. Moritzer Kurverein bestimmt, dann wäre dies das Ende einer der ältesten Organisationen der Schweiz. Eine, die sich bislang standhaft geweigert hat, den übrigen Schweizer Tourismusorganisationen nachzuheben und sich St. Moritz Tourismus zu nennen. Geht es nach dem Willen einer Arbeitsgruppe, die mithilfe Externer über die künftige Tourismusorganisation nachdenkt, soll der Kurverein definitiv geschlos-

Boomende Fleischexporte

In den letzten elf Jahren haben die Schweizer Fleischexporte massiv zugenommen. Die Fleischausfuhr wuchs um das 14-fache.



Exportiert wird viel Schweinefleisch.

Betrugen die Fleischexporte im Jahr 2000 noch 1932 Tonnen, waren es im Jahr 2011 bereits 2658 Tonnen, wie die Eidg. Zollverwaltung (EZV) mitteilt. Wertmässig betragen die Fleischexporte im Jahr 2011 84,9 Mio. Franken, 61,7 Mio. Franken mehr als im Jahr 2000. Drei Vier-

tel der gesamten Fleischexporte flossen im 2011 nach Deutschland. Seit 2000 nahmen diese um durchschnittlich 42% pro Jahr zu, was vier Fünftel des

dt/gsg

«Das Haus hat keine Schulden»

Initiant Marcel Bach widerspricht Skeptikern und ist überzeugt, dass das Luxushotel «The Alpina Gstaad» rentabel betrieben werden kann. Ein Verkauf sei im Moment kein Thema.

DANIEL STAMPFLI

Marcel Bach, Sie gelten in Gstaad als Immobilien-König. Nun sind Sie auch Schlossherr. Wie fühlen Sie sich in dieser Rolle?

Ich bin weder König noch Schlossherr, sondern aktiv im Immobiliengeschäft tätig. Selbstverständlich freue ich mich über den Bau unseres schönen Hotels. Es ist eher ein gemütliches Berghotel denn ein Schloss. Hinzu kommt, dass in Gstaad seit Längerem kein neues Hotel mehr eröffnet wurde.

Die Investitionen für das neue Luxushotel «The Alpina» betragen über 300 Millionen Franken. Wer hat dies finanziert?

Jean-Claude Mimran und ich gemeinsam. Wer mit welchem Anteil, bleibt unser Geheimnis. Aber wir konnten auch einen guten Teil durch den Verkauf von 19 der 21 Chalet-Apartments finanzieren. Die Realisierung eines derart grossen Projekts ist im Berggebiet sowieso nur noch mittels Quersubventionierungen über Eigentumswohnungen möglich.

Wer hat diese Luxus-Apartments gekauft?

Die Mehrheit sind Schweizer. Unter den ausländischen Käufern figurieren nicht mehrere Russen, sondern nur einer. Die beiden nicht verkauften Apartments gehören zum Hotel.

Wie tief mussten die Käufer in die Tasche greifen?

Die Preise bewegten sich im obersten Segment, das heisst, wir sprechen hier von Millionenbeträgen.

Den Grosstteil der Investitionen für das Hotel haben Sie also bereits durch den Verkauf der Chalets reingeholt. Nun suchen Sie einen Käufer für das Hotel.

Sie wollen also gross Kasse machen?

Nein, das stimmt nicht. Für das Hotel suchen wir keinen Käufer. Ganz im Gegenteil, wir erhalten verschiedene Anfragen und alle bekamen von uns die gleiche Antwort: Zuerst wird das Hotel eröffnet und dann werden wir erst entscheiden, ob wir das Hotel überhaupt verkaufen möchten. Vielleicht werden wir es ja auch behalten.

Experten sind sich einig, dass ein derart teures Luxushotel mit nur 56 Zimmern nicht rentabel betrieben werden kann. Sehen Sie dies auch so?



Das neue, im Chaletstil erbaute Luxushotel «The Alpina Gstaad».

Diese Aussage hängt davon ab, welche Experten Sie fragen. Faustregel ist, dass ein Luxushotel mindestens 110 Betten haben sollte. Unser Hotel hat mehr als dies, nämlich deren 125. Wir haben zwar relativ wenig Zimmereinheiten, dafür sind diese sehr gross. Die grösste Suite hat eine Fläche von 450 m². Unsere Immobille ist schuldenfrei und hat die besten Voraussetzungen, um rentabel zu sein. Da bin ich wirklich zuversichtlich.

Aber das Hotel dürfte nur wenige Monate wenn nicht nur Wochen pro Jahr ausgelastet sein?

Dies ist das Schicksal der saisonal ausgerichteten Berghotellerie. Mit unserem grossen Spa- und Treatment-Angebot wollen wir aber versuchen, das Hotel während 240 Tagen im Jahr offen zu halten.

Dies schlägt doch erst recht auf die Rentabilität: Aufrechterhaltung des kostenaufwendigen Betriebs bei gleichzeitig tiefer Auslastung während mehrerer Monate. Wir haben einen tollen Buchungsstand.

Ja gut, jetzt kommt die Neueröffnung, die Wintersaison...

Das Sommergeschäft ist tatsächlich härter als jenes des Winters. Die Nachfrage nach Outdoor, Natur und Bergen ist aber vorhanden. Gstaad konnte sich in den letzten zehn oder zwanzig Jahren mit dem Sommer-tourismus gegenüber anderen Alpendestina-

nationen deutlich abheben. Wir haben attraktive sportliche und kulturelle Anlässe.

Von welcher durchschnittlichen Jahresauslastung gehen Sie denn aus?

Wir werden alles unternehmen, um das Hotel bestmöglichst auslasten zu können. Die Ergebnisse werde ich Ihnen in einem Jahr sagen können.

Im Businessplan müssen Sie doch konkrete Annahmen getroffen haben. Ja schon, aber konkrete Zahlen möchte ich keine kommunizieren. Wir schauen jetzt mal, wie sich der Betrieb nach der Eröffnung bezüglich Auslastung und Rentabilität entwickelt. Illusionen machen wir uns keine, ein Stadthotel rentiert immer besser als ein Berghotel.

Einfach wird es wohl nicht werden. Soeben hat der Unternehmer Thomas Straumann sein Fünsternehotel Bellevue in Gstaad mangels Ertrag verkauft.

Zum Hotel Bellevue möchte ich mich nicht äussern. Das Problem war jedoch nicht nur die fehlende Rentabilität. Die neuen Eigentümer werden den Betrieb sicher noch optimieren können.

Welches Gästesegment möchten Sie mit dem «Alpina» ansprechen?

Vom Konzept und der Ausstattung her positionieren wir uns ganz klar im oberen Segment. Alle, die sich unser Hotel leisten können, sind willkommen, ohne Einschränkung. Wir sind auch bestens eingerichtet für private Feiern sowie gehobene Tagungen oder Konferenzen. Bezuglich Nationalitäten

unserer Gäste streben wir eine gute Durchmischung an. Keine Nationalität soll dominieren. Dies gilt für Gstaad generell. Gewisse Fünsternehötel weisen einen relativ hohen Altersdurchschnitt ihrer Gäste auf. Wir streben mit unserem Angebot ganz klar einen Altersmix an.

Jetzt verfügt Gstaad über vier Fünsternehötel. Für einen guten Mix wären mehr gehobene Drei- und Viersternehötel nötig. Würde Sie der Bau eines derartigen Reizen?

Gefragt ist, was funktioniert. Im Fünsternebereich ist der Markt nun gesättigt. Sollte ich in Gstaad das ideale Grundstück finden, schliesse ich es nicht aus, ein Drei- oder Viersternehotel zu bauen. Ein solches Hotel müsste aber 200 Zimmer haben, damit es sich rechnet.

General Manager des «Alpina» ist Niklaus Leuenberger. Wer bezahlt seinen Lohn? Die Alpina AG, deren Präsident ich bin.

Aktionäre dieser Hotelbetriebsgesellschaft sind Jean-Claude Mimran und ich. Nach Gesprächen mit einzelnen Hotelketten kamen wir zum Schluss, dass wir das Hotel privat betreiben wollen. Etwa für Four Seasons oder andere Ketten hat das «Alpina» sicher nicht die ideale Grösse.

Sie suchten einen Betreiber und erhielten Absagen?

Als Einziger wäre wohl Ritz Four Seasons infrage gekommen. Doch wir sahen selbst davon ab.

Siehe auch Seite 13

Standpunkt

Kunden sollen sich in der Schweiz zu Hause fühlen



JEANNINE
PILLOUD*

Die Meldungen über Rückgänge im Schweizer Tourismus haben sich gehäuft. Auffallend war, dass im Zusammenhang mit der Berichterstattung einmal mehr Österreich als positives Beispiel, wie man den Niedergang stoppen könne, erwähnt wurde. Es ist weder Neid noch Frust angebracht, wenn ein Land, das seit rund zwei Jahrzehnten stark in touristische Infrastruktur, aber auch in das Image als freundlicher Gastgeber investiert, nun die Früchte seiner

«Wir sind sozusagen ein Opfer unserer eigenen Stärke geworden.»

Anstrengungen ernten kann. Es wäre müsigg, Gründe und Spekulationen aufzuführen, weshalb das so ist. Obschon «perception is reality» auch hier seine Gültigkeit haben mag, darf man nicht über die Tatsache hinwegschauen, dass der Rückgang der Logiernächte ganz klar auf den tiefen Eurokurs zurückzuführen ist. Wir sind sozusagen ein Opfer unserer eigenen Stärke geworden. Zum ersten Mal hat es nun auch uns getroffen: Im ersten Halbjahr verzeichneten wir einen Rückgang der Personenkilometer. Der Grund liegt hauptsächlich im Rückgang beim Freizeitverkehr. Wir haben rasch reagiert und zusammen mit Schweiz Tourismus die Kampagne «Herbstknüller» lanciert. Das Ziel: Neue Kunden gewinnen und überzeugen, dass man mit dem Zug stressfrei die Schweiz entdecken kann. Es ist nur ein Beispiel, wie Vermarkter und Anbieter von Plattformen zusammenspannen und auch kurzfristig ein attraktives Angebot auf die Beine stellen können. Was ist da naheliegender, als auch die Hoteliers mit ins Boot zu nehmen? Eigentlich nichts. Wir müssen noch mehr gemeinsame Sache machen. Und unsere Kunden sollen sich ja zuhause fühlen - ob unterwegs mit der Bahn oder im Hotel. Und zwar in der Schweiz.

*Jeaninne Pilloud ist Leiterin Personenverkehr bei der SBB.

ANZEIGE

Ruepp & Partner ?!



Die Ruepp & Partner Dietikon AG hat uns bei der Neuaustrichtung wirkungsvoll unterstützt. Da sind Praktiker aus der Gastro- und Hotelbranche am Werk.

Elio Frapolli
Frapolli Betriebe AG

Ruepp & Partner Dietikon AG
www.ruepp.ch



«Ich wähle meinen Wohnsitz nicht mehr nach der Höhe des Steuerfusses, sondern nach meinem Wohlbefinden.»

Philippe Gaydout, Unternehmer, über den Wegzug aus Wollerau SZ. Quelle: «Bilanz»

Partytme mit Nikolaus

Über 20 000 Einheimische und Gäste feierten letzten Samstag in Freiburg die Ankunft des populären Schutzheiligen Sankt Nikolaus.

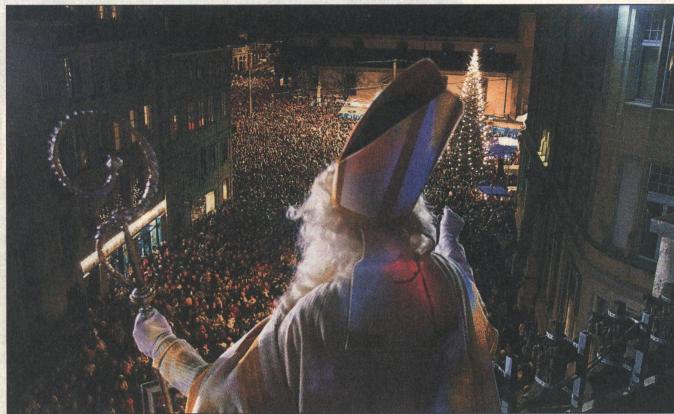
BENI RIHS
Die Tradition ist bald 500 Jahre alt: Immer zu Beginn der Adventszeit stattet der Freiburger Schutzheilige Sankt Nikolaus «seiner» Stadt einen Spezialbesuch ab. Und Jahr für Jahr wird er von einem grossen Publikum empfangen.

Über 20 000 Einheimische und Gäste drängelten am vergangenen Samstagabend vor der Kathedrale und in den umliegenden

Gassen, um einen Blick auf den wohl populärsten katholischen Heiligen zu werfen und seiner auf dem Balkon der Kathedrale gehaltenen launigen Rede zu lauschen.

Am besten ging dies mit einem Becher Glühwein und einer Maronitüte in den Händen. Wer in Bewegung bleiben wollte, flanierte den zahlreichen Ständen des Weihnachtsmarktes entlang. Geboten wurden zudem ganztags Attraktionen für Kinder wie etwa das Reiten auf Eseln und diverse Freiluftkonzerte.

Kein Zweifel, die «Fête Saint-Nicolas» ist in Freiburg längst Kult und gilt bei vielen Einheimischen als populärstes Strassenfest des Jahres. Freude herrscht auch beim Gastgewerbe. Der traditionelle Event kurz vor den Festtagen mitsamt Weihnachtsmarkt lockt vermehrt auch Touristen an.



Sankt Nikolaus grüßt von der Kathedrale aus die Freiburger Festgemeinde.

Sesselrücken

Harry John erster Direktor der BE! Tourismus AG

Harry John (Foto) übernimmt ab 1. Januar 2013 die operative Verantwortung der vor Kurzem gegründeten BE! Tourismus AG.



adb

Nach einem kurzen Abstecher in die Sport-Branche als erster CEO von Swiss Ice Hockey tritt der ehemalige Direktor von Montreux-Vevey Tourismus die Stelle per 1. Januar 2013 an. In einer kurzen Übergangsphase wird er von **Oliver Achermann**, seit Gründung interimistischer Geschäftsführer, in der Einarbeitung unterstützt.

Neuer Hotelier für die Thermalquelle Bad Zurzach

Ab 1. Januar 2013 übernimmt **Marc Lehmann** (Foto) die Direktion der drei Betriebe Hotel zur Therme, Hotel Tenedo und Turn-



zvg

hotel der Thermalquellen Hotel AG, Bad Zurzach. Der 41-Jährige tritt die Nachfolge von **Eliane Aeschlimann** an, welche die Hotels seit 2006 geleitet hat. Ab April wird Lehmann durch seine Partnerin, **Christine Erler** (Foto), bei der Direktion unterstützt. Die letzten sechseinhalb Jahre führte der diplomierte Hotelier mit Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement das Hotel Dolder Waldhaus in Zürich und vorher das Golf- & Sporthotel Hof Maran in Arosa. gsg

Lernen für den Beruf und das Leben

51 Absolventinnen und Absolventen der **Hotelfachschule Thun** feierten am vergangenen Freitag ihre wertvollen Diplome.

Eröffnet wurde die stimmungsvolle Feier von Jakob Häberli, Präsident des Stiftungsrats der Hotelfachschule Thun, der den 51 frischgebackenen «dipl. Hoteliere-Restauratrice HF» und «dipl. Hoteliere-Restaurateur HF» zu ihren Diplomen gratulierte. HF Thun-Direktor Christoph Rohn wiederum betonte in seiner Rede,

dass die Ausbildung an einer Höheren Fachschule nicht nur im Schulzimmer, sondern auch in der Praxis stattfinde. Diese Praxisnähe mache aus Absolventinnen und Absolventen ausgezeichnete Generalisten, die auch in komplexen Situationen erfolgsversprechende Lösungsansätze entwickelten. br Weitere Infos auf www.htr.ch/hft



Die Preisträger: **Melanie Baumgartner**, Bad Säckingen (3.); **Samuel Meier**, Schafhausen i.E. (1.); **Lilian Laub**, Bern (2.).

Schweizer Paar führt Palace Luzern

Interne Lösung im «Palace». **Luzern**: Der interimistische Hoteldirektor Raymond Hunziker übernimmt gemeinsam mit seiner Ehepartnerin Catherine per 1. Januar den kommenden Jahres die Direktion.

Bei der Suche nach einem geeigneten Direktor für das Hotel Palace Luzern seien nicht nur viele, sondern auch viele illustre Bewerbungen eingegangen, verrät Beat R. Sigg, Delegierter des Verwaltungsrats der Victoria-Jungfrau Collection (VJC), vor ein paar Wochen im Gespräch mit der htr. Die beste Bewerbung stammte offen-

bar aus dem eigenen Haus. Per 1. Januar 2013 übernimmt der heutige interimistische Direktor Raymond Hunziker zusammen mit seiner Frau Catherine die Führung des historischen Fünsternehmens in der Leuchtenstrasse.

Vielfältige Erfahrungen und ein gutes Netzwerk

Der 37-jährige Raymond Hunziker ist bereits seit drei Jahren im Unternehmen tätig. Von 1996 bis 2008 absolvierte der Baselbieter in Luzern die Schweizerische Hotelfachschule. Danach zog es ihn



nach St. Gallen, Basel und Zürich, wo er zuletzt im Widder Hotel als F&B-Manager tätig war. In dieser Zeit absolvierte Hunziker

zudem ein Nachdiplomstudium in Hotelmanagement.

Seine um ein Jahr jüngere Gattin Catherine Hunziker absolvierte ebenfalls die Luzerner Hotelfachschule und erlangte zudem den Master in Facility Management an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Stationen in ihrer Karriere waren unter anderem «Le Vieux Manoir» in Murten sowie das Restaurant Forum in Zürich, wo sie als Geschäftsführerin tätig war. Das Ehepaar lebt mit zwei Kindern in Luzern.

Mit Catherine und Raymond Hunziker hat das «Palace» die richtige Direktion. Davon ist der VJC-Verwaltungsratsdelegierte Beat R. Sigg überzeugt: «Das junge und dynamische Schweizer Paar wird dank seiner vielfältigen Erfahrung und seines guten Netzwerks unsere Position als führendes Fünsternehmehaus in Luzern weiter stärken.» Das Paar folgt auf Markus Iseli, der in Mailand eine neue Herausforderung angenommen hat. br

Direktor verlässt den STV – der Präsident bleibt

Sorry, geschätzte Kollegen beim STV: Bevor **Mario Lütolf** Ende Mai des kommenden Jahres den Verband verlässt, haben wir ihn in der Vorwoche im Bericht auf unserer People-Seite noch rasch zum Präsidenten ernannt. Das ist natürlich Unsinn: Lütolf, der in die Luzerner Stadtverwaltung wechseln wird, ist in Wirklichkeit Direktor des STV. Als Präsident des Schweizer Tourismus-Verbandes wirkt nach wie vor CVP-Nationalrat **Dominique de Buman**, der die «Beförderung» seines Direktors mit präsidialer Gelassenheit kommentiert: «Die htr ist eben die Königsmauer der Branche.» gn

Sparen Sie mit der eigenen Wäscherei – im Ø unter CHF 2.00 pro Kilo Wäsche



Faktoren, die für eine eigene Wäscherei sprechen:

- Unabhängigkeit
- Schnelligkeit
- Werterhaltung der Textilien
- Hygiene und Desinfektion
- Kostengünstige Lösung

Gerne ermitteln wir kostenlos Ihre persönlichen Kennzahlen.
Kontaktieren Sie uns: kostenrechnung@schulthess.ch

Schulthess Maschinen AG
CH-8633 Wolfhausen, kostenrechnung@schulthess.ch
Tel. 0844 880 880, www.schulthess.ch

SCHULTHESS
Wäschepflege mit Kompetenz



ANZEIGE

Winter. Österreich sieht dem Winter gelassen entgegen Seite 8; Die Tourismus-Chefs geben sich zuversichtlich Seite 9;
Die Ostländer legen auch im Winter zu Seite 10; Bergbahnen setzen auf zusätzliche Leistungen Seite 11



Skifahren am Gemsstock: Wer bekommt beim Anblick einer solchen Szenerie nicht Lust, seine Skiferien in der Schweiz zu verbringen?

Swiss-Image

Rutschpartie Winter

Dieser Winter wird vielen Schweizer Hotels leere Betten bescheren. Erste Prognosen erzeugen keine Hochstimmung. Doch das kann sich ändern: Gebucht wird kurzfristig.

CHRISTINE KÜNZLER

Der Schnee ist da, gute Voraussetzungen, um die Gäste zum Buchen zu animieren. In den Schweizer Winterdestinationen wird denn auch viel gemacht, um die Gäste bei Laune zu halten: Anfangen beim Skipass inklusive bis zu neuen Bahnen, Pisten und Fun-Angeboten. Die Gäste jedoch

entscheiden sich im letzten Moment, ob und wohin sie winters fahren. BAK Basel prognostiziert für den Winter 2012/2013 einen Logiernächterückgang von 0,9 Prozent. Die Zahl der Schweizer Gäste dürfte stabil bleiben, jene der ausländischen Gäste leicht sinken (-1,8%). Vom Logiernächterückgang am meisten betroffen ist laut BAK Basel die Zentralschweiz (-1,1%). Die übrigen Regionen liegen alle bei einem Minus zwischen 0,6 bis 1 Prozent, die grossen Städte bei 0,8 Prozent. Die Regionalverbände von hotelier-suisse skizzieren ein ähnliches Bild, wie eine Umfrage zeigt. Alle sagen unisono, es werde sehr kurzfristig gebucht. Das heisst, die heute wenig erfreuliche Bilanz kann sich je nach Wetter noch nach oben – oder unten – korrigieren. Eines zeichnet sich jetzt schon klar ab: Die Festtage sind im Alpenraum gut gebucht.

„Die meisten Hoteliers geben sich leicht optimistisch“, sagt Beat Anneler, Geschäftsführer des Hotelvereins Berner Oberland. „Sie ziehen jedoch eine sehr durchzogene Bilanz.“ Denn die arabischen und asiatischen Gäste fehlten im Winter und die Hauptmärkte aus Europa hätten selber mit wirtschaftlichen Problemen zu kämpfen, so Anneler. „Über die Festtage jedoch sind die Betten in der Regel überall gut oder leicht besser ausgelastet als im Vorjahr.“

Eine Umfrage bei zehn Bündner Regionen zeigt folgendes Bild: Der Stand der Buchung und die Prognose für diesen Winter entsprechen dem Vorjahr. Ebenso die Buchungen für die Festtage. Die Herkunft der Gäste werde sich noch mehr in Richtung Schweiz verschieben (ca. 70%). Die wichtigsten Gäste aus Europa werden wiederum die Deutschen sein.

Laut Angaben des Walliser Hotelvereins rechnen Zermatt und das Goms mit gleich viel Buchungen wie im Vorjahr, eine tiefe Auslastung als in 2011 erwarten

Aletsch und das Val d'Anniviers. Anneler, Geschäftsführer des Hotelvereins Berner Oberland. „Sie ziehen jedoch eine sehr durchzogene Bilanz.“ Denn die arabischen und asiatischen Gäste fehlten im Winter und die Hauptmärkte aus Europa hätten selber mit wirtschaftlichen Problemen zu kämpfen, so Anneler. „Über die Festtage jedoch sind die Betten in der Regel überall gut oder leicht besser ausgelastet als im Vorjahr.“

Eine Umfrage bei zehn Bündner Regionen zeigt folgendes Bild: Der Stand der Buchung und die Prognose für diesen Winter entsprechen dem Vorjahr. Ebenso die Buchungen für die Festtage. Die Herkunft der Gäste werde sich noch mehr in Richtung Schweiz verschieben (ca. 70%). Die wichtigsten Gäste aus Europa werden wiederum die Deutschen sein.

„Wir haben zurzeit in allen Kategorien in der Region Zürich und auch Sitten schreibt, der Buchungsstand sei im Moment nicht hoch. Leukerbad gibt keine Prognose ab, hält jedoch fest, dass gewisse Märkte wie Italien und Deutschland „sehr schwierig werden“. Besser sieht es über die Festtage aus, mit Ausnahme von Sion. Auch die Walliser Orte werden vorwiegend von Schweizer Gästen gebucht, Leukerbad empfängt auch „viele Russen“.

Städte: Über die Festtage ist dort oft tote Hose

Ein Blick in die Städte: In Bern Mittelland ist der Stand der Buchungen vergleichbar mit dem Vorjahr. Tendenz leicht steigend. Die Auslastung der Hotelzimmer über Weihnachten sei schlecht, für das Jahresende sind die Aussichten aber gut. In der Business-Stadt Zug sind die Buchungszahlen leicht tiefer als in den letzten Jahren, über die Festtage im ähnlichen Rahmen.

STC: Die Anrufer fragen nach den Weihnachtsmärkten

St. Moritz, Zermatt und Grindelwald sind die bei STC meistge-

Kommentar

Bieten, wonach der Gast sich sehnt. Und so Betten füllen.



CHRISTINE KÜNZLER

Nicht immer und nicht überall sind die winterlichen Bedingungen so optimal wie auf dem Bild vom Gemsstock (links). Und nicht jeder fährt so gut Ski. Das könnte einige dazu bewegen, ein paar Wintertage auch mal in einer Stadt zu verbringen. Laut STC beziehen sich die häufigsten Fragen der Anrufer auf Weihnachtsmärkte. Solche Märkte sind eine emotionale Angelegenheit. Sie wecken Kindheitserinnerungen, verströmen Wärme und auch ein Stück Geborgenheit. Mag sein, dass der Glühwein das Seinige dazu beiträgt.

In der Schweiz gibt es unzählige Weihnachtsmärkte; die Frage ist nur, wie sie vermarktet werden. Eine 10-minütige Google-Suche zeigt dem Gast gerade mal zwei Schweizer Hotels, die ein spezifisches Weihnachtsmarkt-Package geschmiedt haben: Das «Breite» in Basel und das «Best Western plus Speer» in Rapperswil-Jona. Auch eine Thementour «Weihnachtsmärkte», die verschiedene Städte und Hotels verbindet, könnte im Dezember die kalten Betten in den Stadthotels wärmen. Einen Versuch wär's wert.

buchten Destinationen in diesem Winter, sagt José Lamorte, Head Product Management Zürich bei STC. Über Weihnachten werden St. Moritz, Davos und Zermatt am stärksten gebucht, über Neujahr St. Moritz, Grindelwald und Zürich.

Am häufigsten fragen die interessierten Gäste die STC-Berater im Callcenter nach den Schweizer Weihnachtsmärkten. Sie wollen wissen, wo und wann die stattfinden. Erst an zweiter Stelle erkundigen sie sich nach den Pistenverhältnissen und den Anlagen, die gerade in Betrieb sind. Die drittwichtigste Frage ist jene nach dem Wetter: Wie sind die Wettervorhersagen und wie die Temperaturen für die nächsten Tage? «Dann wollen die Anrufer wissen, welche Hotels, Destinationen und Skigebiete wir Ihnen empfehlen», hält Lamorte fest. «Einige bitten auch um Offerten für noch verfügbare Zimmer über Weihnachten und Neujahr.»

Durchblick
Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

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

hotelleruisse
Swiss Hotel Association

E-GUMA
Gutscheinsystem

Die moderne Lösung
für Ihre Gutscheine

www.e-guma.ch

Milestone Award Gewinner 2011
Idea Creation GmbH

CERUTTI
il Caffè

www.caffe-cerutti.com
info@caffe-cerutti.com

FBK 2013 - Bern
GILDE

NEWBY
The de qualité à un prix abordable

Tee Qualität zu einem
erschwinglichen Preis

NEWBY TEAS (SUISSE) S.A.
021 535 16 07 - service@newbyteas.ch

frischindieküche
pistor

www.pistor.ch

ANZEIGE

Winter. Österreich. An Weihnachten, Silvester und im Februar sind die österreichischen Hotels gut gebucht, zu wünschen übrig lässt der Januar, sagt Sepp Schellhorn, Präsident der Österreichischen Hoteliervereinigung.

Österreich ist zufrieden

So wie es aussieht, braucht man sich um den Wintertourismus in Österreich keine grossen Sorgen zu machen. Die Nachfrage scheint intakt zu sein.

HERIBERT PURTSCHER

Schon jetzt zeigt man sich in den grossen Wintersportregionen in Salzburg, Tirol und Vorarlberg überwiegend zufrieden. Wirtschafts- und Tourismusminister Reinhold Mitterlehner rechnet mit einem Plus von 3 Prozent bei Nächtigungen und Ankünften. Auch ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba, ÖHV-Präsident Sepp Schellhorn und Wirtschaftskammer-Tourismusobmann Hans Schenner stimmt der Buchungsverlauf optimistisch. Das kurzfristige Geschäft wird, wie immer,

vom Wetter abhängen – an einem insgesamt positiven Abschneiden dürfte sich aber nichts mehr ändern.

«Eine Umfrage in unseren Zweigstellen zeigt eine positive Grundstimmung in den wichtigsten Herkunftsmarkten. Die zusätzlichen Angebote abseits der Piste tragen dem Wunsch vieler

«In den Skiregionen starten die Lifte. Die Ski-Openings sind gesichert, und dank der Beschneiungsanlagen kann es in den meisten Gebieten so richtig losgehen», freut sich Tourismusobmann Schenner.

Die Hoteliers sind vorsichtig, was Preiserhöhungen anbelangt

«Auf die Branche kommt eine kompakte Winter-Saison zu.»

Sepp Schellhorn
Präsident Hoteliervereinigung

Die Preissteigerungen in der Hotellerie liegen mit 2,1 Prozent unter der Inflation, sagt Schenner. «Die Lebensmittelpreise sind stärker gestiegen.» In den Städten dürfen die Preise ange-

sichts der vielen Hoteleröffnungen kaum angezogen haben. Mit Erhöhungen seien die Hoteliers derzeit sehr vorsichtig, weil die Gäste preissensibel sind.

In Vorarlberg sind die Saisonhöhepunkte gut gebucht. An den Saisonrändern, aber auch im Januar, gibt es noch freie Betten. Kurzentschlossene haben Chancen, berichtet die ÖHV aus Öster-



ZVG

Herzliche Gratulation!



Blick auf das Skigebiet Hochjoch in Vorarlberg.

Diplomierte der Hotelfachschule Thun Sommersemester 2012

Diplomfeier vom 30. November 2012

Jris Ackermann, Olten

Fabienne Albrecht, Basel

Beatriz Arbeláez Isaza, Bern

Sabine Arn, Schüpfen

Thomas Aronsky, Filsur

Steven Balmelli, Thierwil

Mirjam Banholzer, Bern

Melanie Baumgartner, D-Bad Säckingen

Sarah Dallmaier, Bremgarten BE

Judith Einsle, Wil

Thomas Engler, Hofstetten

Thomas Enzen, Bern

Andrea Flach, Neftenbach

Andrea Cornel Frey, Frauenfeld

Caroline Furrer, Saas Fee

Sarina Götschi, Kyburg-Buchegg

Julia Herz, Rolle

Stefan Hirsig, Bern

Caroline Hung, Zweisimmen

Oliver Hürst, Läufeligen

Dominik Huser, Stettten

Steffie Kofmel, Solothurn

Monika Krings, D-Linnich

Mathias Laich, Bern

Lilian Laub, Bern

Thomas Loder, Thun

Mathias Matter, Hausen

Samuel Meier, Schafhausen i.E.

Anna Metry, Zermatt

Priska Mummenthaler, Interlaken

Luisa Neuenschwander, Uttingen

Patrick Nützi, Belp

Carmen Obi, Wabern

Sabrina Ottiger, Ried b. Kerzers

Angela Pfyffer, Betsch

Susana Rivero Röthlisberger, Bern

Andreas Salim, Binz

Natascha Schaad, Frutigen

Ramona Schächtle, Steinehausen

Michael Schär, Belp

Simon Schlaffi, Oensingen

Caspar Schmassmann, Thun

Jan Stalder, Engelberg

Anja Stankiewitz, Liebefeld

Bianca Stich, Kleinlützel

Sebastian Tobien, Niederhasli

Oliver von Rickenbach, Zug

Sophie Wegmüller, Bern

Markus Wenger, Basel

Marlene Wenger, Trimbach

Gabriela Zwicky, Fraubrunnen

hotelleriesuisse – Kompetent.

Dynamisch. Herzlich.

Monbijoustrasse 130

Postfach

CH-3001 Bern

Telefon +41 31 370 41 11

Telefax +41 31 370 44 44

welcome@hotelleriesuisse.ch

www.hotelleriesuisse.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

reichs westlichstem Bundesland. Gleichzeitig steht die Frage im Raum, ob das überwunden gebliebene «Jännerloch» doch wieder zurückkehrt.

Laut dem «Saisonalen Stimmenbarometer», einer repräsentativen Umfrage zur Buchungslage in Tirol, zeigten sich zu Saisonbeginn drei Viertel der Tiroler Unterkünfte mit der Situation zufrieden bzw. sehr zufrieden. Knapp ein Fünftel der Betriebe bezeichnete die Lage als schlechter. Die Befragung zu folge der die 5- und 4-Sterne-Hotels am meisten zulegen, ein gutes Drittel ist besser gebucht als im Vorjahr. «Dabei handelt es sich um eine Momentaufnahme zu einem relativ frühen Zeitpunkt. Der Trend zu immer späteren Buchungen sollte miteinbezogen werden», relativiert Florian Neuner, Leiter der Unternehmens-

kommunikation der Tirol Werbung, die Aussagen vorsichtig nach oben hin.

Wien und Sölden liegen an der Spitze der Hitparade

Deutschland, Schweiz, Russland und Osteuropa gehören für die Tiroler zu den wichtigsten Herkunftsmarkten. Die Hälfte der Betriebe geht davon aus, dass das Vorjahresergebnis zu halten. Ein Fünftel glaubt, die Wintersaison mit einem Plus abschliessen zu können. In den gehobenen Hotelierie wird die Umsatzentwicklung allgemein deutlich positiver eingeschätzt.

«Die Buchungslage bewegt sich auf Vorjahresniveau. Was sehr erfreulich ist, da wir im vergangenen Winter das zweitbeste Ergebnis aller Zeiten eingefahren haben», sagt Salzburgerland-Tourismus-Chef Leo Bauerberger.

Österreich hat im Winter vier «Nächtigungs-Millionäre». Nach Wien (5,2 Mio.) sind die Sölden (1,9 Mio.), Saalbach-Hinterglemm (1,5 Mio.) und Ischgl (1,3 Mio.). Es folgen St. Anton am Arlberg, die Stadt Salzburg, Mayrhofen im Zillertal, Oberstaufen, Lech am Arlberg und Neustift im Stubaital.

Bis auf die Bundeshauptstadt, die in einer eigenen Liga spielt, sind die gefragtesten Orte durchwegs in den Alpenländern Tirol, Vorarlberg und Salzburg zu finden. Zum einen punkten die Wintersportorte mit einem nahezu perfekten alpinen Skizirkus, zum anderen mit immer mehr Angeboten zum sanften Wintergenuss. «Wir merken auch einen zunehmenden Wunsch nach Winter-Urausbauaktivitäten im Bereich Kunst und Kultur», so Petra Stolba. Einige Städte «haben für diese Gästewünsche genau das Richtige».

Festtage Kitzbühel ausgebucht

Wie zeigt sich der Buchungsstand über die Festtage? Wien, das sich seit Monaten eines wahren Höhenflugs erfreut, erwartet für die Feiertage und die Zeit danach eine Fortsetzung dieses Trends und damit ein rekordverdächtiges Ergebnis. Trotz des Zuwaches an Bettentkapazität dürfte die Donaumetropole zu Silvester wieder komplett ausgebucht sein. Der mit Events verbundene «Silvesterpfad» durch die Wiener Innenstadt zieht vor allem Besucher aus Italien magnetisch an. Am 9. Dezember eröffnet der Konzertsaal im Au-

garten. Nicht nur beim heimischen Publikum beliebt ist der «Wiener Eisraum». Auf einer 6500 m² grossen Eisfläche vor dem Wiener Rathaus wird Sportvergnügen im Grossstadt-Ambiente geboten. Eine originelle Ball-Variante ist der «Rosenball» (7.2.). An einen klassischen Ball erinnert nur die Eröffnungspolonoise. Ansonsten ist er eine schrille Disco-Alternative zum zeitgleich stattfindenden Opernball. Innsbruck ist etwas besser gebucht als im Vorjahr. Neben dem Skispringen zieht vor allem der Air & Style Snowboardevent am Bergisel viel Jugend an. Etwas

Besonderes, so Direktor Friedrich Kraft von Innsbruck Tourismus, ist der Gästebau auf der Olympia-Bobbahn in Igls.

Kitzbühel ist (auch dank Events) von Weihnachten an bis zum 10. Februar voll. Ähnlich St. Anton am Arlberg. «Wirklich fast jedes Zimmer ist gebucht», so die Auskunft. Buchungen seien nur noch bei längerem Aufenthalt möglich. In Ischgl und Paznaun wird die Situation über die Festtage gleich eingeschätzt wie im Vorjahr. «Es herrscht allgemein eine gute Auslastung, die für zufriedene Betriebe sorgt», fasst Florian Neuner die Lage zusammen. hp

Winter. Prognosen. Die drei Tourismuschiefs Jürg Schmid, Petra Stolba und Christoph Engl gehen guten Mutes in den Winter 2012/2013. Ihr Land, sagen sie, sei prädestiniert, die Wintergäste glücklich zu machen.



Schnee, Pisten und Berge (hier in Adelboden) haben alle drei Länder: die Schweiz, Österreich und Italien. Die Tourismuschiefs aller Länder buhlen um Schweizer Gäste.

Swiss-Image

Alle wollen die Besten sein

Die Tourismus-Chefs aus der Schweiz, aus Österreich und aus Südtirol sagen, was sie vom Winter 2012/2013 erwarten. Alle drei geben sich zuversichtlich.

CHRISTINE KÜNZLER



Jürg Schmid,
Direktor von
Schweiz Tourismus.



Petra Stolba,
Geschäftsführerin
von Österreich
Werbung.



Christoph Engl,
Direktor der
Südtirol Marketing
Gesellschaft.

Wie schätzen Sie den Winter 2012/2013 generell ein?

Der kommende Winter bleibt herausfordernd, er wird wohl knapp gehalten. Die Währungseffekte schlagen aus dem Euroraum nochmals und vermutlich letztmalig durch. Die Schweizer bleiben etwa auf Vorjahresniveau (+0,2%), bei ausländischen Gästen rechnen wir mit einem Rückgang von knapp 2 Prozent.

Die Zahlen aus bestimmten Märkten der Eurozone werden vermutlich weiterhin rückläufig ausfallen, etwa aus Deutschland, den Niederlanden und Italien.

Die Zeichen stehen gut, dass vermehrt Gäste aus den USA, den nordischen Ländern und Russland den Schweizer Winter genießen werden. Wir werden auch erste Gäste aus China und Südostasien für das Erlebnis im Schnee zu begeistern versuchen.

Der mittel- bis langfristig ausbleibende Schnee stellt eine Herausforderung dar für viele Destinationen im voralpinen Bereich. Hier rate ich zu einem bewussten Ausbau ihrer Positionierung als Sommerdestination, sowohl inhaltlich als auch zeitlich. In Ergänzung dazu bieten sich Spezialisierungen in Segmenten mit klar abgestecktem Publikum und Bedürfnissen.

In welchen Märkten erwarten Sie ein Minus?

Grundsätzlich ist die Schweiz gut aufgestellt. Am ehesten orte ich im mittleren Hotelsegment Nachholbedarf. Eine Gefahr sehe ich für die Zukunft: Durch den aktuellen Preisdruck könnten Hoteliers keine Rückstellungen für künftige Investitionen bilden, das könnte zu einem punktuellen Innovationsstau führen.

In welchen Märkten werden Sie gewinnen?

Wir geben viele schlagkräftige Gründe, in die Schweiz zu kommen. Und wir setzen alles daran, dass die Schweizer ihrem Land treu bleiben – für die ist die Schweiz diesen Winter preislich attraktiv wie noch nie. Das gilt auch für Gäste aus dem Ausland: Die Leistungsträger sind sich der anspruchsvollen Ausgangslage bewusst und schnüren unschlagbare Packages. Auch für Familien ist der Winter erschwinglich. Der «Tripindex Ski» für diesen Winter von Tripadvisor.fr bestätigt: Die Schweiz ist im alpinen Bereich absolut wettbewerbsfähig. Die Preise etwa bei den Hotelübernachtungen liegen im Vergleich zu Österreich, Deutschland und Frankreich sehr nahe beieinander. Hinzu kommen die Spezialangebote, die den Schweizer Winter endgültig äusserst preiswert machen.

Die Ausgangssituation ist günstig. Aus Sicht der Reiseveranstalter und Partner ist die Stimmung in unseren wichtigsten Herkunftsmarkten durchwegs positiv, die Reiselust bewegt sich auf hohem Niveau. Die Ferientermine fallen gut, die Ski-WM in Schladming sorgt zusätzliche für mediale Aufmerksamkeit.

Konkurrenz droht bei guter Schneelage durch nahe Skigebiete in Deutschland.

Für den Raum Deutschland/Schweiz stehen die Aussichten gut. In Zentral- und Osteuropa ist Österreich klarer Marktführer im Wintersport. In den Niederlanden, dem zweitwichtigsten Herkunftsmarkt, bleibt Skifahren die Nr.-1-Aktivität im Winter.

Die Investitionen der Regionen, Betriebe und Seilbahnen versprechen gute Pisten auch in tiefer gelegenen Orten. Für Schneesicherheit haben die Seilbahnen in den vergangenen fünf Jahren 800 Millionen Euro aufgewendet. Auch beobachten wir eine Zunahme von Winteraktivitäten abseits der Pisten. Wichtig ist ein richtig stimmiges Wintererlebnis für unsere Gäste.

Beim Ausbau der touristischen Infrastruktur kommen wir gut raus. Allein die Seilbahnen haben seit 2000 rund 6 Milliarden Euro in die Infrastruktur gesteckt, das waren pro Jahr fast 50 Prozent des Umsatzes. Jetzt gilt es vor allem, das Niveau zu halten.

Die Österreich Werbung setzt auf das ganzheitliche Wintererlebnis im Urlaubsland Österreich. Unsere Stärken liegen ja nicht nur im Wintersport. Heuer gibt es in neuen Märkten Deutschland, Benelux, Frankreich und CEE eigene Kampagnen, die das alpine Angebot auf und abseits der Pisten in den Mittelpunkt rücken. Dabei kommt erstmals unsere neue Werbelinie mit dem Claim «ankommen und aufleben» zum Einsatz. Unterstützt wird dies durch PR-wirksame Events in ausgewählten Märkten, Wirtschaftskooperationen sowie durch den neuen Winter-Imagefilm, der mittlerweile mehr als 200 000 Views auf youtube hat.

Es gibt derzeit keine Anzeichen zu grösserer Sorge, dass dieser Winter besonders schwierig werden könnte. Als im letzten Jahr alles von Krise sprach, zeigte sich am Saisonende ein quantitativ sehr gutes Ergebnis. Bei den Umsätzen erwarten wir aber auch in diesem Jahr eine grössere Zurückhaltung der Kunden.

Schwächeln wird der Markt Grossbritannien. Es könnte aber auch andere Märkte in Westeuropa betreffen.

Die Nachfrage aus den Hauptmärkten Italien und Deutschland wird stabil sein. Zuwächse könnten aus Zentraleuropa und aus der Schweiz kommen.

Das Wintererlebnis ohne Schnee gibt es nicht. In Südtirol liegen 90 Prozent aller Wintersportorte über 1500 Meter hoch, und trotzdem ist die technische Vollbeschneiung unverzichtbar, sowohl für Pisten als auch für Rodelbahnen und Langlaufloipen.

Viele Orte sind noch viel zu stark allein auf Alpin-Ski ausgerichtet. In einem Wintersportort braucht es aber ein viel abwechslungsreicheres Angebot.

Durch eine exzellente Leistung im Ort: perfekte Pistenpräparation, Schneegarantie, eine Hotellerie ohne Investitionsstau, beste kulinarische Angebote auch in den Wintersportgebieten und auf der Piste ... das erzählt sich schneller weiter, als man dafür werben kann.

Winter. Osteuropa. Auch wenn die Skigebiete in Ländern wie Polen und Slowenien noch verhältnismässig klein sind, könnten sie bald einmal den klassischen europäischen Wintersportländern Gäste streitig machen.

Carven für wenig Złoty

Polens Wintertourismus befindet sich noch im Aufbau. Doch die Nachfrage scheint intakt. Der wichtigste Gast ist der deutsche.

GUDRUN SCHLENCZK

Polen lockt in den Wintermonaten: Im ersten Quartal dieses Jahres konnte das EU-Land mit eigener Währung bei den Nächtigungen mit Gästen aus dem Ausland um 12 Prozent zulegen - fast 2 Millionen Logiernächte generierte das osteuropäische Land zwischen Januar und März 2012. Dass man nicht weiß, wie viel davon allein auf den Wintertourismus entfällt, zeigt bereits, dass sich dieser noch immer im Aufbau befindet. So können selbst die grossen Wintersportorte beim Pistenangebot noch in keiner Weise mit Schweizer oder österreichischen Destinationen mithalten. Gemäss Fremdenverkehrsamt hat sich das in der Tatra gelegene Ferienzentrum Bialka Tatrzanska in den vergangenen Jahren zum grössten zusammenhängenden Skigebiet Polens entwickelt. Trotzdem, die Pisten-Gesamtlänge bleibt bescheiden: 17 Kilometer. Dafür sind alle Pisten künstlich beschneit, einige nachts beleuchtet und der Wochenskipass mit rund 100 Euro preiswert. Auch Hotel-luxus bekommt der Guest in Bialka Tatrzanska für wenig Geld. Das am 20. Dezember neu eröffnende 4-Sterne-Hotel Bania Thermal &

«Deutschland ist für uns ein sehr wichtiger Markt, ob im Winter oder im Sommer.»

Bozena Plusa
Polnisches Fremdenverkehrsamt

investoren zeigen Interesse

Die steigende Nachfrage nach Polens Wintertourismus lockt auch ausländische Investoren ins Land. Allen voran bekundet der grösste slowakische Skiresortbetreiber Tarty Mountain Resorts (TMR) Interesse an der Übernahme des grössten polnischen Skigebietbetreibers Polskie Koleje Linowe (PKL). Ziel ist gemäss Medienberichten ein Ski-Cluster in der Drei-Länder-Region Polen-Tschechien-Slowakei. PKL gehört dem polnischen Staatsbahnen und soll verkauft werden. TMR hat auf jeden Fall schon mal an der Börse in Warschau notiert, um so für den Kauf bessere Karten zu haben.

Spa bietet Doppelzimmer mit Frühstück ab etwa 130 Euro pro Nacht. Das Hotel schliesst direkt an das im Jahr 2011 eröffnete Thermalbad Terma Bania mit insgesamt acht Innen- und Außenbecken sowie Saunalandschaft an.

Sattes Logiernächteplus mit Schweizer Gästen

Der wichtigste Guest für Polen ist der Deutsche, egal ob im Winter oder im Sommer, so Bozena Plusa vom polnischen Fremdenverkehrsamt in Wien. 637 000 Logiernächte (plus 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) bescherten deutsche Gäste dem polnischen Tourismus im ersten Quartal 2012 - das ist fast ein Drittel des gesamten Incomings. Auch Schweizer scheinen zunehmend Gefallen an Polen in den Wintermonaten zu finden: Das Logiernächteplus im ersten Quartal 2012 betrug satte 42 Prozent (absolut 12 000 LN). 152 000 Logiernächte generierte der polnische Tourismus mit Grossbritannien, und damit sogar etwas mehr als mit Russland (146 000).



Zakopane, gelegen in der Hohen Tatra, ist eines der bekanntesten Skigebiete in Polen.

Mariusz Ciesewski/zvg

Slowenien Ein Skipass fürs ganze Land

Slowenien zählt gut 300 Kilometer Abfahrtsskipiste und 280 Kilometer gespürte Langlaufloipe. Da die einzelnen Skigebiete mit oft nur 20 verfügbaren Pistenkilometern ähnlich klein sind wie jene in Polen (siehe Haupttext) bietet der slowenische Tourismus alternativ mittels einem nationalen 6-Tages-Skipass seinen Gästen unbegrenztes Skivergnügen: 159 Euro kostet dieser für Erwachsene und bietet Zugang zu allen wichtigen Skigebieten des Landes.

Slowenien besticht durch seine Schneesicherheit und vor allem mit einer Skisaison, die teilweise bis Mai dauert. Und das, obwohl die Skigebiete deutlich tiefer liegen, als man das von Schweizer oder österreichischen gewöhnt ist. Das am höchsten gelegene Skigebiet Sloweniens ist Kanin. Aber auch hier reichen die Pisten nur bis zu einer Höhe von 2300 Metern. Beim Vogel Ski Resort im Triglav National Park ist der höchste Punkt des Skigebiets sogar bei nur 1800 Metern. Da das Gebiet aber auf dem letzten Ge-

birgskamm Richtung Adria liegt, profitiert es von deutlich starkerem Schneefall. Deshalb kann der Guest in der Regel auch hier noch bis Mai Ski fahren. Die bekanntesten Skigebiete sind Krainska Gora mit 20 Kilometern Pisten und Mariborsko Pohorje mit 41,5 Pistenkilometern.

Im Winter halten sich die mit ausländischen und inländischen Gästen generierten Logiernächte ungefähr die Waage. Mit 769 000 Incoming-Logiernächten zwischen Dezember 2010 und Februar 2011 ist der slowenische

Gästemarkt verglichen mit dem polnischen (erste drei Monaten 2011) weniger als halb so gross.

Der wichtigste Hotelgast kommt aus Italien: Rund 30 Prozent der insgesamt 660 000 ausländischen Hotel-Logiernächte (Dezember 2010 bis Februar 2011) werden mit Italienern generiert. Den zweitgrössten Anteil an den Nächtigungen haben die Österreicher (10). Das grösste Wachstum bescheren der slowenischen Hoteliers jedoch Ostländer wie Kroaten, Serben, Ungarn und Russland.

gs

ANZEIGE

MEINE CHANCE

WIR Bank

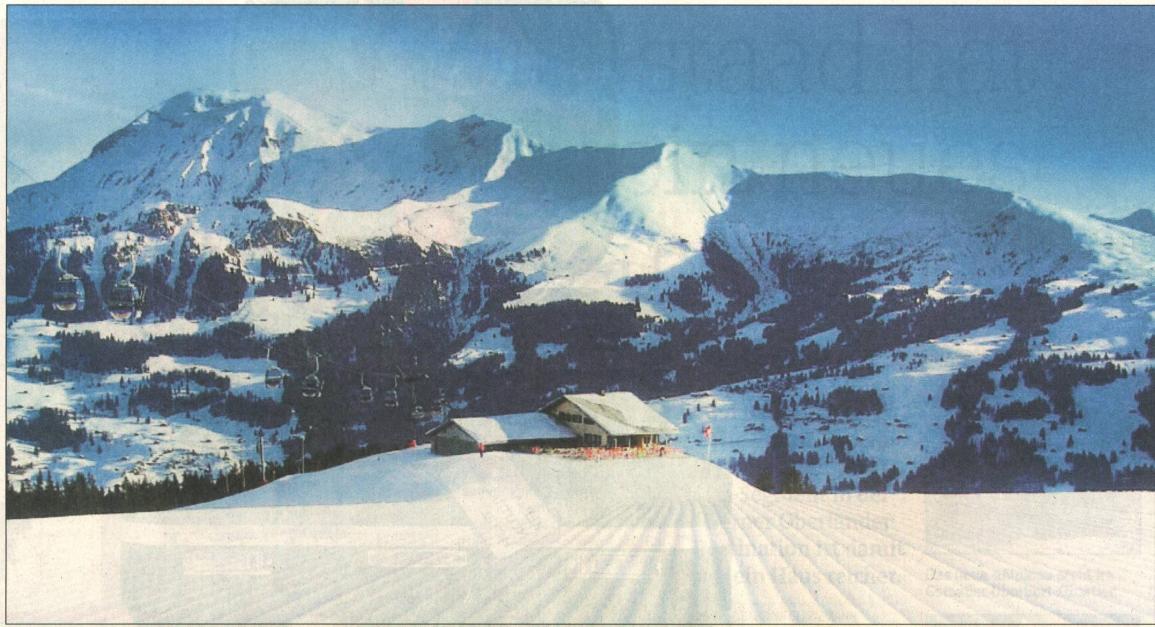
KMIU-SUPPORT PAR EXCELLENCE

Die WIR-Verrechnung - ein geniales System

www.wirbank.ch

Telefon 0848 947 947

Winter. Bergbahnen. Die allermeisten Bergbahnunternehmen verzichten in diesem Winter auf einen Preisaufschlag. Vielmehr verbessern sie ihr Preis-Leistungs-Verhältnis oder bieten eine Zusatzleistung.



DENISE WEISFLOG

Die Schweizer Bergregionen litten letzten Winter unter dem schwachen Euro. So gingen die Logiernächte im Skigebiet Andermatt beispielsweise um 12,5 Prozent zurück, im Toggenburg um 11 Prozent und in Zermatt um 3,9 Prozent. Für die Wintersaison 2012/13 sind die Prognosen kaum besser. Der Franken bleibt stark, sodass mit einem weiteren Übernachtungsrückgang aus dem EU-Raum zu rechnen ist.

Trotz dieser Ausgangslage sind die Bergbahnen nicht bereit, ihre Preise für Skipässe zu senken. Allerdings werden Tageskarten dieses Winter auch nicht teurer. Acht von neun befragten Bergbahnen geben an, ihre Tarife unverändert zu belassen. Einzig die Tageskarte der Lenk Bergbahnen für die Region Adelboden-Lenk kostet für Erwachsene diese Skisaison einen Franken mehr als im Vorjahr. Die Preise für Kinder- und Jugendtageskarten sowie für Tageskarten mit Familienermässigung bleiben gleich.

Statt auf durchgehend tiefere Preise zu setzen, wollen die Bergbahnen dank besseren Leistungen



«Wir arbeiten enger mit den lokalen Tourismusorganisationen zusammen.»

Simon Bickel
Jungfraubahnen Interlaken

gen und innovativen Aktionen für Wintersportgäste attraktiv bleiben. Der Engadin St. Moritz Mountain Pool, der zehn Bergbahnunternehmen vereint, lanciert mit den lokalen Hoteliers in dieser Wintersaison das Angebot «Hotel Skipass inklusiv». Gäste erhalten ab der zweiten Hotelübernachtung den Skipass für 25 statt 73 Franken pro Person und Tag während ihres Aufenthalts. Laut Dieter Bogner, Managing Director Engadin St. Moritz Mountain Pool, nimmt die Ferienregion Engadin St. Moritz mit diesem Engagement eine Pionierrolle ein.

Die Bergbahnen Toggenburg, Toggenburg Tourismus, die Hotelerie und Berggastonomie wollen dank Angeboten wie dem «Happy Friday» wettbewerbsfähig bleiben. «Am Freitag kostet bei uns der Skipass für Erwachsene nur 39 statt 57 Franken», sagt Fabienne Louis, Leiterin Geschäftsstelle Bergbahnen Toggenburg. Dazu kommen Zusatzangebote und spezielle Happy-Friday-Menüs in den Bergrestaurants für 15 Franken. «Unser Ziel in der kommenden Saison ist es, aus glücklichen Tagesgästen Kurzaufenthalter zu machen. Deshalb haben wir neu das Happy Weekend mit attraktiven Weekend-Pauschalen geschaffen», so Louis.

Ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis schaffen

In Zermatt fahren Kinder bis 16 Jahre jeden Samstag gratis mit den Bergbahnen, wie Marketingleiterin Chantal Bittel erklärt. Die Da-

vos Klosters Bergbahnen versuchen gemäss Kommunikationsleiter Frédéric Petignat, das Preis-Leistungs-Verhältnis zu verbessern, indem bei gleichbleibendem Preis die Leistung erhöht wird. «Während der Aktion «Skipass geschenkt» beispielsweise ist bei einer Hotelübernachtung der Skipass gratis», sagt er. Diese Aktion läuft noch bis zum 26. Dezember 2012.

Die Arosa Bergbahnen investieren gemäss Enzio Bregy, Mitarbeiter Marketing/Events, in die Qualitätserhöhung ihrer Produkte und die Umsetzung innovativer Ideen. Dazu gehört das Destinationsprojekt «Skischule inklusive», hinter dem die Bergbahnen, Arosa Tourismus, die Gemeinde sowie die Skischulen stünden. «In diesem Winter erhalten Kinder und Jugendliche bis und mit Jahrang 1995 ab zwei Übernachtungen in ausgewählten Hotels und Ferienwohnungen den normalen

Ski- oder Snowboardkurs geschenkt», so Bregy. Beim Kauf eines Schneesportspasses ab fünf Tagen bekommen Arosa-Gäste zudem einen Eintritt zum Nachtschlitteln oder Mondscheinfahren.

Angebotsentwicklung mit den touristischen Playern vor Ort

Wie der Informations- und Medienverantwortliche der Jungfraubahnen, Simon Bickel, erklärt, intensiviert das Bergunternehmen wegen des starken Frankens in diesem Winter seine Marketingaktivitäten und arbeiten enger mit den lokalen Tourismusorganisationen zusammen.

Die Andermatt Gotthard Sportbahnen weisen auf die Vielseitigkeit ihres Angebots hin, während die Lenzerheide Bergbahnen verstärkt auf den Heimmarkt setzen. «Seit zwei Jahren bieten wir unseren Gästen ein Kombiangebot mit den Hotels vor Ort. Dies ermögigt

licht den Hoteliers, Produkte zu kreieren, die auch für ausländische Gäste attraktiv sind», hält Peter Engler, Leiter Administration, fest.

Auch die Lenk Bergbahnen legen Wert auf die Angebotsentwicklung vor Ort. Dazu Matthias Werren, Leiter Marketing & Events: «Lenk-Simmental sowie die Skiregion Adelboden-Lenk dürfen nach wie vor auf treue Stammgäste aus der Schweiz und dem Euro-Raum zählen. Diese wollen wir vor Ort optimal betreuen.» Den minimalen Preisaufschlag beim Skipass erklärt Werren mit dem Start einer mehrjährigen Investitionsphase, in deren Rahmen für den kommenden Winter sechs Millionen Franken aufgewandt wurden. Außerdem betont er, dass die Skiregion Adelboden-Lenk trotz der teureren Tageskarte weiterhin günstiger sei als andere ähnliche grosse Skigebiete.

Das Südtirol möchte mehr Schweizer Gäste

Das Südtirol verzeichnet einen guten Winterstart. Der weitere Saisonverlauf ist zum jetzigen Zeitpunkt noch ungewiss, sagt Walter Meister.

HERIBERT PURTSCHER

Genaue Zahlen über die Winterbuchungen haben wir nicht. Aber nach dem, was mir meine Kollegen so erzählen, sind die Betriebe an den Wochenenden von Weihnachten und während der Feiertage schon sehr gut ausgelastet», zeigt sich der Präsident des Südtiroler Hoteliers- und Gastwirteverbands (HGV), Walter Meister, vom Start

in die Wintersaison durchaus angetan. Weiter in die Zukunft reichende Prognosen seien allerdings schwierig, so der Sprecher der Südtiroler Hotelerie: «Die Leute buchen immer kurzfristiger. Und wir haben, gerade im Winter, einen sehr grossen Anteil italienischer Gäste. Da spielt sehr wohl noch die weitere wirtschaftliche Entwicklung eine Rolle. Der restliche Saisonverlauf ist deshalb nur schwer abschätzbar.»

«Die Schweiz könnte ein spannender Markt werden»

Von einem möglicherweise drohenden «Jännertloch» möchte Meister dennoch nicht sprechen. «Das kann man alles noch nicht sagen. Wir stehen ja erst ganz am Anfang der Saison. Ich persönlich habe jedoch ein gutes Gefühl.»



Das Hochpustertal im Südtirol lädt zum Wintersport.

Sommer besuchten uns immer mehr Schweizer, doch im Winter sind wir für unsere Nachbarn noch weitgehend Neuland». Wegen des guten Preis-Leistungs-Verhältnisses – «wir sind im Winterangebot um 30 bis 40 Prozent billiger» – könnte die Schweiz für das Südtirol aber sehr bald ein spannender Markt werden, gibt sich Meister überzeugt.

Meran offeriert seinen Gästen eine Übernachtung im Zelt

Schnee ist in Südtirol kein Problem, viele Lifte sind bereits in Betrieb, hält Meister fest. Die letzten Skopenings gehen am 8. Dezember über die Bühne. Ein starker Pluspunkt im Vorweihnachtsgeschäft sind die vielen Christkindlmärkte im Land. «Obwohl wir schon im Vorjahr sensationell vie-

Das Hauptkontingent an Besuchern stellen, neben den Italienern, die Gäste aus Deutschland.

Die Schweiz, obwohl direkt benachbart, spielt interessanterweise im Winter fast keine Rolle. Im

le Besucher hatten, ist der Andrang diesmal sogar noch stärker», konstatiert Meister. «Mit diesen stimmungsvollen Märkten sind wir auf einem guten Weg.»

Auf die Frage nach einem originalen vorweihnachtlichen Angebot fällt ihm spontan eine Aktion der Kurverwaltung von Meran ein: Wer zwei Nächte in einem Meraner Hotel bucht, kann zusätzlich auf 2300 m ü. M. noch eine Nacht im Zelt verbringen. Im Gebiet von «Meran 2000» wurden in der Nähe einer Hütte, in der man sich verpflegen kann, 14 Zweipersonenzelte im Freien aufgestellt. «Das Angebot gibt es in diesem Winter zum ersten Mal. Und ich bin überrascht, wie gut diese Idee beim Publikum ankommt», hält Meister fest. Das Angebot läuft bis 23. Dezember.



Ihr partner für

1to1 energy

Als Energiepartner von hotelleriesuisse stehen wir auch im neuen Jahr zu Ihren Diensten. Wir wünschen Ihnen eine elektrisierende Weihnachtszeit und ein energiegeladenes neues Jahr 2013.

Gut gepackt fürs neue Jahr **BKW®**

BKW FMB Energie AG

dolce vita

htr hotel revue Nr. 49 / 6. Dezember 2012



Viel Holz, helle Textilien und Lampen in Kuhglockenform: So sieht das Interieur in der Grand-Luxe-Suite im neuen Hotel The Alpina Gstaad aus.

Bilder zvg



Nachgefragt

Marcus G. Lindner (51)

Executive Chef «The Alpina Gstaad». Der gebürtige Österreicher war zuletzt Küchenchef im Zürcher Restaurant Mesa (18 Gault-Millau-Punkte, 2 Michelin-Sterne, GM-Aufsteiger des Jahres in der Deutschschweiz 2010). Davor war er unter anderem im Grand Hotel Victoria-Jungfrau Interlaken und im Hotel Belvedère in Spiez tätig.

Was reizt Sie an Ihrer neuen Funktion als Executive Chef im «The Alpina Gstaad» am meisten?

Die kulinarische Vielfalt! Mit den drei Lokalen, dem All-Day-Dining-Restaurant Sommet, dem «Schweizer Stübli» und dem japanischen Restaurant Megu können wir sehr unterschiedlichen Gästebedürfnissen entgegenkommen. Mein Credo ist, nicht ständig zu verändern, aber auf allerhöchstem Niveau. Das Hotel bietet mir den idealen Rahmen dafür.

Apropos «Megu»: Die Gstaader Dépendance des japanischen Spitzenrestaurants ist die erste in Westeuropa. Was bedeutet Ihnen das?

Megu hat den Anspruch, stets die authentischsten und qualitativ hochwertigsten Produkte zu verwenden. Das entspricht voll und ganz meiner Philosophie und der des ganzen Hauses. Ich bin sicher, das Restaurant wird Gstaad und der Region japanische Spezialitäten auf einem bisher noch nicht da gewesenen Niveau präsentieren.

Sie galten im «Mesa» mit 18 GM-Punkten und 2 Michelin-Sternen als «bester Koch» Zürichs. Wie reagierten die Stammgäste auf Ihren Wechsel?

Die Zeit in Zürich war fantastisch, aber bei diesem spannenden Projekt war die Entscheidung, in die Hotellerie zurückzukehren, schnell getroffen. Ich freue mich natürlich sehr, wenn ich frühere Stammgäste auch in Gstaad begrüssen darf und hoffe, dass ich mit meinem Team auch hier ein anspruchsvolles Feinschmecker-Publikum rasch erobern werde.

Sie arbeiteten bereits von 2000 bis 2003 in Gstaad, als Executive Chef im Grand Hotel Park. Hat das Ihre Rückkehr ins Saanenland beeinflusst?

Wieder in Gstaad zu leben, ist für mich wie «Heimkommen», ich fühle mich sehr wohl. Als ich den Neubau zum ersten Mal sah, hat es mich fast umgehauen. Für mich persönlich ist es das spannendste Hotelprojekt, das ich bislang in der Schweiz gesehen habe.

sag



HAFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU

Hafele Schweiz AG, Dammlstr. 29, 8280 Kreuzlingen
Tel. 071 686 82 20, Fax 071 686 82 82
info@hafele.ch, www.hafele.ch

Gstaad hat sein neues Luxushotel

Erstes neues Luxushotel in Gstaad seit 10 Jahren, «erstes Six Senses Spa in der Schweiz», «erstes Megu-Restaurant in Westeuropa» - Superlative dieser Art begleiteten die Pre-Opening-Phase des 5-Sterne-Hotels The Alpina Gstaad. Sie sollten nach aussen tragen, dass im Oberbort-Quartier, hoch über dem Ortszentrum, etwas Besonderes am Entstehen war. Nachdem das frühere Hotel Alpina 1995 an gleicher Stelle gesprengt wurde, folgte ein jahrelanges juristisches Hin und Her mit Einsprachen von Anwohnerchaft bis zum Heimatschutz (die htr berichtete). Aber jetzt steht es da, das «cozy mountain hotel», das «gemütliche Bergotel mit modernen Elementen, ohne Verstaubtheit» wie Investor und Betreiber Marcel Bach den 300-Millionen-Bau beschreibt. (siehe auch Interview auf Seite 5).

13 000 Quadratmeter Altholz für den Innenausbau

Wie diese «Gemütlichkeit» konkret aussieht, lässt sich seit dem 1. Dezember feststellen. Das Haus wurde unter der Leitung von Managing Director Niklaus Leuenberger termingerecht eröffnet, die monatelange Bauzeit mit über 450 involvierten Bauexperten, Kunsthändlern und Technikern ist vorbei. Ein Großteil des Aufwands lag laut Leuenberger besonders in der Innenausstattung: 13 000 Quadratmeter Altholz aus dem Alpenraum wurden in der hoteligen Werkstatt für die Verbauung aufgearbeitet. Und handbehanauer Naturstein (Ringgenberger Alpenkalk) prägt sowohl die Fassade als auch das zum Hotel führende, überdachte

«Unsere Buchungslage war vom ersten Tag an sehr vielversprechend.»

Niklaus Leuenberger
Managing Director

Galerie-Entrée. Die grösste Herausforderung stehe laut Niklaus Leuenberger, der nach über 30 Jahren Tätigkeit in der internationalen Luxushotellerie (u.a. Peninsula Hotels) in die Heimat zurückkehrte, noch bevor: «Jetzt liegt es an mir und meinem 120-köpfigen Team, dem Haus eine Persönlichkeit zu geben.» Die «kulinarische Persönlichkeit» etwa wird Executive Chef Marcus Lindner prägen (siehe «Nachgefragt» unten links). Der Spitzenkoch zeichnet für die drei Restaurants, die Lounge-Bar und die Terrasse verantwortlich.

Doppelzimmer bis 1800 Franken

Was der neue Gstaader Luxus den Gast kostet, liege laut Niklaus Leuenberger im Bereich der anderen 5-Sterne-Häuser im Ort. «Anfang Dezember liegen die Preise für ein Doppelzimmer bei 850 Franken, Ende Dezember zur Hochsaison bei 1700 bis 1800 Franken». Darin enthalten ist eine Speisen- und Getränkegutschrift von 150 Franken pro Tag. «Ich sehe es als mein persönliches Ziel,



Das neue «Alpina» steht im Gstaader Oberbort-Quartier.



Erfahrener Hotelier: Managing Director Niklaus Leuenberger.

dass das Hotel schwarze Zahlen schreibt. Unsere Buchungsliste war vom ersten Tag an sehr vielversprechend», betont Leuenberger, für den sich mit der Anstellung im «Alpina» übrigens ein Kreis schliesst: 1971 absolvierte er im «Gstaad Palace» eine Schnupperlehre.

Martin Bachofner, Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus, freut sich, dass «The Alpina Gstaad» mit seiner internationalen Kommunikation die Bemühungen unterstützt, die Destination in der Zielgruppe in den Neuen Märkten zu verankern. Ein weiteres 5-Sterne-Hotel untermauert zwar das Image als Luxus-Destination. «Gstaad Saanenland Tourismus wird sich aber weiterhin dafür einsetzen, Gstaad als Destination zu positionieren, die eine Angebotspalette für jedes Budget bereit hält», so Bachofner.

Fakten Hotelwelt auf total 20 000 Quadratmetern

Anzahl Zimmer und Suiten: 56
Anzahl private Apartments: 11, plus 1 Chalet mit 3 Apartments und 2 weitere Chalets
Gesamtfläche: 20 000 m²
Managing Director: Niklaus Leuenberger
Restaurants/Bar/Lounge:
Alpina Lounge Bar (64 Plätze), Cigar Room (14 Plätze), Restaurant Megu (39 Plätze), Restaurant Sommet (68 Plätze), Schweizer Stübli (35 Plätze), Terrasse (84 Plätze), Vinothek.
Meetings/Konferenzen/Event:
Ballsaal (240 m², für bis zu 190 Personen); 3 Meetingräume (je bis zu 18 Personen). Auditorium und Privatkino.
Indoor-Spielzimmer für Kinder
Spa: Six Senses Spa (2000 m²), Mitgliedschaften: Preferred Hotel Group, Luxusreise-Netzwerk Virtuoso

sag



In dieser Lobby kommen die Gäste im Hotel The Alpina Gstaad an.



Der Lounge- und Bar-Bereich mit deckenhohem Fensterfront.

www.thealpinagstaad.ch

Hotellerie

Walliser Hotel aus Strohballen gebaut

Kürzlich hat das Hotel Maya Guesthouse mit neuen Zimmern in Nax (VS) seine Tore geöffnet. Die Besonderheit: Es ist aus Strohballen gebaut. Insgesamt wurden 55 Tonnen Stroh, 90 Tonnen Holz, Lehm, Stein und Kalk verwendet. Auch sonst ist das Hotel ökologisch ausgerichtet: Warmwasser wird durch überschüssige Wärme sowie eine thermische Solaranlage produziert, Produkte wie Brot und Joghurt vor Ort hergestellt.

www.maya-guesthouse.ch

Hotel «Waldegg» in Engelberg hat renoviert



Das 4-Sterne-Hotel Waldegg in Engelberg hat seine **Superior-Zimmer** in einer vierwöchigen Umbauphase renoviert. Die in warmen Farben gehaltenen Zimmer sind 37 Quadratmeter gross und verfügen nun neu über ein iPad, einen Fernseher, eine Kaffeemaschine sowie eine Wellnessdusche. Die 49 Quadratmeter grossen Cornerzimmer sind zudem auch mit Apple-TV ausgestattet. Per iPad kann der Gast sowohl das Abendmenü als auch die Flasche Wein ausgewählen – die Angaben werden direkt dem Restaurant übermittelt. Alle Zimmer bieten Aussicht auf den Titlis.

Pachtverlängerung für Kempinski in Berlin

Kempinski bleibt mindestens für die nächsten 20 Jahre Pächter und Betreiber des Berliner Luxushotels «Adlon» am Brandenburger Tor. Der vorzeitige Verlängerung des Pachtvertrags mit der Kempinski AG haben sowohl die Gesellschafter von «Jagdhotel Adlon Fonds» als auch die Fonds Nr. 31 KG sowie der Aufsichtsrat der Hotelgruppe zugestimmt. Neben dem Hotelbetrieb übernimmt Kempinski ab dem 1. Januar 2013 ebenfalls das Restaurant Umma, das an der südlichen Seite des «Adlons» gelegen ist. Das über 110-jährige Traditionunternehmen Kempinski Hotels betreibt insgesamt 75 Luxushotels in 32 Ländern. smu

20 Sterne für 20 Jahre

Das St. Moritz Gourmet Festival wird 20

– Grund genug für die Organisatoren, die Jubiläumsausgabe mit Spezialevents zu bereichern. Mit dabei: neun hochkarätige Gastköche.

SABRINA GLANZMANN



Freuen sich aufs Festival (v.l.): Urs Höhener, Präsident Verein St. Moritz Gourmet Festival, Rupert Simoner, GM Kempinski Grand Hotel des Bains, Dominic Bachofen, GM Carlton Hotel, Stefan Gerber, Chef Patissier Badrutt's Palace Hotel, Cornelia Poletto, Gastköchin im Carlton Hotel, Bernd Ackermann, Küchenchef Suvretta House, Reto Mathis, Präsident Festival-Event-Organisation.

In den letzten 19 Jahren pilgerten jeweils Ende Januar über 60'000 Gourmetfans ins Engadin, und insgesamt 173 internationale Spitzenköche wirkten in den Festival-Partnertools und an den anderen Ausstellungsorten als Gastköche. «Wir sind stolz, dass diese erfolgreiche Festivalgeschichte in die nunmehr 20. Runde geht», sagt Reto Mathis, Präsident der Event-Organisation vom St. Moritz Gourmet Festival.

Jubiläums-Cocktailparty soll besonders feucht werden

Vom 28. Januar bis zum 1. Februar 2013 stehen wieder etablierte Programm punkte wie die Gourmet Safaris von Chef's Table zu Chef's Table an, der «Chocolate

Cult», an dem Stefan Gerber, Chef-Patisserie im Badrutt's Palace Hotel ein über zehn Meter langes süßes Buffet präsentiert. Oder die mittlerweile legende «Kitchen Party» am Mittwoch abends und nachts gleichenorts, die ihren Ausklang jeweils erst in den frühen Morgenstunden findet. Aber ein Jubiläum wäre kein Jubiläum, wenn dafür keine eigenen Events kreiert würden. «Die Jubiläums-Cocktailparty zur Festivaleröffnung wird dieses Mal in einem besonders festlichen Rahmen zelebriert», sagt auch Rupert Simoner, General Manager im Austragungsort Kempinski Grand Hotel des Bains. Er verrät die Grundidee, dass für die erwartete

Neu ist 2013 neben der Fotoausstellung «Walk of Fame» (siehe Box unten) auch das «Gourmet Festival Village». Die Fussgängerzone von St. Moritz wird zur Marktstand-Flaniermeile; die Jungköche der Festival-Partnertools und -restaurants und die Sponsoren bieten den Besuchern und der einheimischen Bevölkerung eine vielfältige kulinarische Auswahl an. Und der Nachwuchswettbewerb «Young Engadine Talents» für alle Kochlehrer des Oberengadins wird nach dem Probelauf vom letzten Jahr zum festen Festivalbestandteil.

Neun Spitzenküche aus sieben Ländern

Als Gastköche, die zusammen mit den lokalen Chefs die Gourmet Dinners abhalten, wurden neun klingende Namen verpflichtet – sie vereinen, passend zum Jubiläum, 20 Michelin-Sterne. Es sind dies, in alphabetischer Reihenfolge: Massimo Bottura (Italien), Klaus Erfort (Deutschland), Marcus Gloker (USA), Jean-Georges Klein (Frankreich), Dieter Koschina (Portugal), Alvin Leung (Hongkong), Gert de Man geleer (Belgien), Cornelia Poletto (Deutschland) und Alain Solivéres (Frankreich).

Das ganze Programm, die Ticketbestellung und weitere Infos:
www.stmoritz-gourmetfestival.ch

«Walk of Fame» Fotoausstellung zeigt die vielen Gesichter des Festivals

Ein Stückchen St. Moritz Gourmet Festival 2013 beginnt bereits morgen Freitag. Dann nämlich öffnet in der «The St. Moritz Design Gallery» im Parkhaus Serletta zwischen Bahnhof, See und Badrutt's Palace Hotel die Fotoausstellung «Walk of Fame». «Sie soll die schönsten Festival-Impressionen öffentlich machen und zeigen, wie vielfältig dieser Anlass ist», so Urs Höhener, Präsident Verein St. Moritz Gourmet Festival. Dazu gehören Bilder der Gourmet Safari oder aus dem Dessert-Zelt genauso wie Stimmungsaufnahmen von der Kitchen Party, den Gastköchen bei der Arbeit oder Detailaufnahmen von Gerichten und Buffets.



Die Rolltreppe im Parkhaus Serletta wird «Walk of Fame».

die Aussstellung vom Kur- und Verkehrsverein und hotellerie-suisse St. Moritz.

Die Fotoausstellung ist ab morgen 7. Dezember bis zum 30. April 2013 geöffnet. sag

www.design-gallery.ch

KOSTENSPAREN DURCH ENERGIE-EFFIZIENZ.

«Dank den Förderbeiträgen der Klimastiftung Schweiz konnten wir im KMU-Modell mehr machen als geplant.»

SERGIO GIOVANELLI, GESCHÄFTSLEITER, GIOVANELLI FRUCHTIMPORT AG, FRAUENFELD



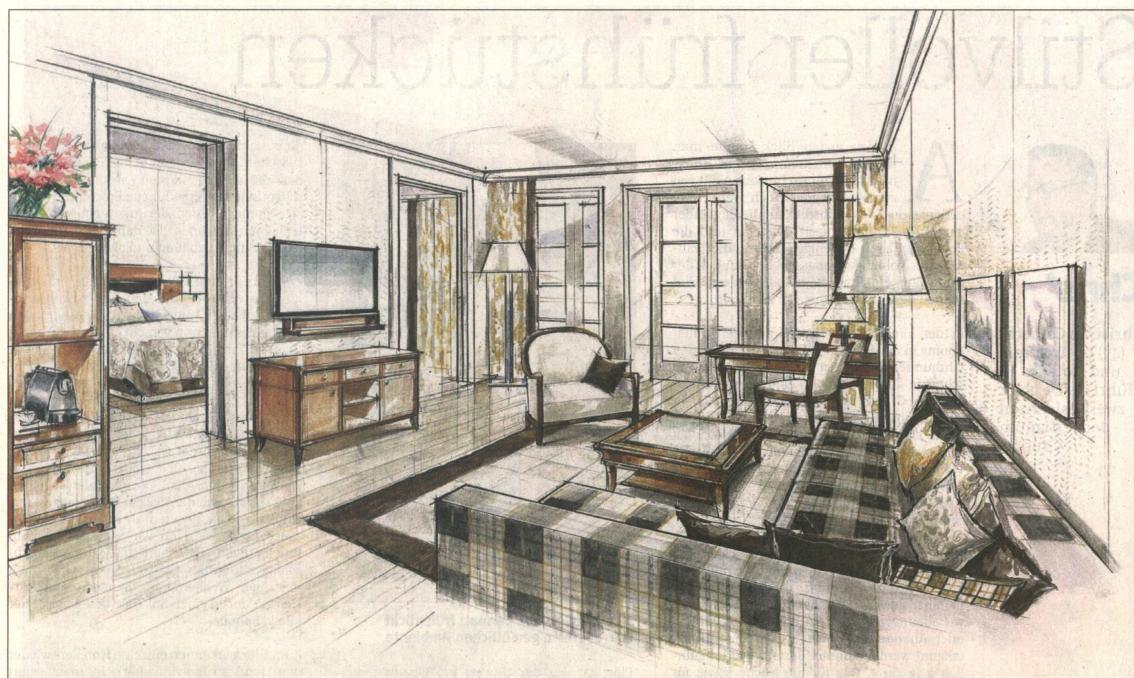
Kontaktieren Sie uns zum KMU-Modell:
044 404 80 31

info@kmu-modell.ch
www.kmu-modell.ch

KMU-Modell powered by

Energie-Agentur
DER WIRTSCHAFT

Klimastiftung
Schweiz



Darstellung einer neuen Suite im «Mont Cervin Palace». Mit dem Umbau realisiert: 63 Zimmer vom ersten bis vierten Obergeschoss (vormals 80 Gästezimmer) in den Kategorien Alpine Suiten, Alpine Junior Suiten, Alpine Superior, Alpine Classic und Alpine Only me (Einzelzimmer).

Gastronomie

Pavillon für Tagungen auf dem Gurten

Auf dem Berner Hausberg Gurten soll im Herbst 2013 mit dem Bau eines Pavillons begonnen werden – die Stiftung Gurten reicht noch dieses Jahr das Baugesuch ein. Das neue Gebäude bietet Platz für Tagungen und Feste für bis zu 500 Personen und ersetzt damit das Panoramazelt, das man für solche Anlässe temporär aufgebaut hatte. Vorgesehen ist ein eingeschossiger Bau, der gegen die Stadt Bern verglast ist und zwischen Bergstation und dem Restaurant Gurten-Kulm steht. Im Frühling 2014 will man den Pavillon in Betrieb nehmen.

Tierpark Goldau erhält neues Restaurant



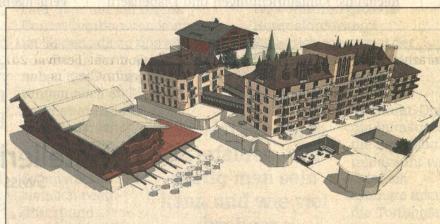
Zvg

Im Tierpark Goldau (SZ) entsteht voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte 2014 ein neues Restaurant. Das Tierpark-Lokal wird innen und außen über 400 Sitzplätze verfügen. Laut Natur- und Tierpark rechnet man mit Kosten von 9,5 Millionen Franken – im Januar 2013 liege der definitive Kostenvoranschlag vor. Nach der Eröffnung wird das jetzige Restaurant, das den Anforderungen des vergrösserten Tierparks nicht mehr genügt, vorerst weiterbetrieben. Über das weitere Bestehen will man nach einem Jahr befinden.

Klassisch stilvoll verjüngt

Nach einer Umbauzeit von acht Monaten erstrahlt das «Mont Cervin Palace» in Zermatt in neuem Glanz. Wiedereröffnet wird das geschichtsträchtige Haus am 12.12.2012.

GERY NIEVERGELT



5-Sterne-Superior-Haus und Mitglied der «Leading Hotels of the World»: der «Mont Cervin Palace»-Gebäudekomplex.

sehr sorgfältig mit der historischen Bausubstanz umzugehen. Herausforderungen, denen sich neben dem Hausarchitekten Roman Mooser vor allem der Schweizer Inneneinrichter und Designer Claudio Carbone stellte.

Für Carbone war klar: «Dieses Gebäude verdient alleine schon aufgrund seiner Geschichte Achtung, Anerkennung und Respekt. Es ist wichtig, seine Ausstrahlung zu würdigen.»

So entschied man sich, den klassischen alpinen Stil mit dezent Modernität stilvoll aufzufrischen. Rustikale Parkettböden geben dem ehrwürdigen Haus etwas Bodenständiges zurück, während die mit hochwertigen Stoffen bespannten Wände den Räumen eine faszinierend zeitlose Dimension verleihen. Die aus Schweizer Kirschbaum gefertigten Möbel wirken traditionell, aber nicht verstaubt, und die Bilder aus alten Zermatter Zeiten

wurden mit neuen Techniken überarbeitet.

So erscheint das «Mont Cervin Palace» nun also klassisch stilvoll verjüngt. Es bietet in den vier miteinander verbundenen Gebäuden insgesamt 150 elegante Zimmer und Suiten, dazu unter anderem drei Gourmet-Restaurants mit dem «Capri» als Aushängeschild oder ein Spa-Angebot

auf über 1700 Quadratmetern.

Erneuert wurde auch die Standardisierung. Nord- und Südzimmer werden getrennt und mit klarer Preisstruktur verkauft. Süd erlaubt den Blick auf Matterhorn, Nord immerhin auf den höchsten Schweizer Berg, den Dom.

So wünscht es sich Gastgeber Kevin Kunz: «Wunderbar, wenn sich unsere Gäste beim Erwachen freudig daran erinnern, wo sie sich befinden. In Zermatt, in den Bergen, in der Schweiz.»

Claudio Carbone
Innenarchitekt

«Die Kunst, Tradition mit der Moderne zu kombinieren, kann man nicht lernen.»

www.sellerhotels.ch



«KKK» im «Mont Cervin»:
Gastgeber Karin & Kevin Kunz.

H unterfünzig Jahre ist sie alt, die «Grande Dame» des Hotel Mont Cervin Palace. Längst hatte sie ein umfassendes Lifting verdient – nun hat es zum Jubiläum geklappt: Nach achtmaliger Umbauzeit eröffnet das stolze 5-Sterne-Superior-Hotel in der kommenden Woche in altem und gleichzeitig neuem Glanz.

Damit beginnt auch für die Gastgeber Kevin und Karin Kunz eine neue Zeiteinteilung. Nach Aufenthalten in Jerusalem und Barcelona hatte das Paar 2007 die Führung des «Mont Cervin

Palace» übernommen; ein Jahr später wurde Kevin Kunz zum CEO der Seiler Hotels Zermatt AG ernannt.

Die strategischen Vorgaben des Verwaltungsrates waren klar: Weiterentwicklung und Erneuerung der Seiler Hotels, wofür bis heute 65 Millionen Franken investiert wurden. In diesem Sommer war mit dem Hotel Mont Cervin Palace endlich das «Flaggschiff» an der Reihe. Die umfassende Renovation kostete über 15 Millionen Franken.

Dabei waren die Herausforderungen gross: Es galt, den knappen Zeitplan wie den Kostenrahmen einzuhalten und gleichzeitig

als Schmuck – etwa mit Rüschen verziert – getragen. Mit der Zeit entwickelte sich die Schürze des Mannes zum repräsentativen Kennzeichen bestimmter Berufe wie Bäcker oder Metzger, während die Frauen sie in sämtlichen Lebenslagen und zu allen Tätigkeiten trugen. Und der vermehrte Verzicht auf das Kleidungsstück im Laufe der 1960er-Jahre wurde nicht zuletzt zum Zeichen für ein neues Frauenbewusstsein.

Die Berufsschürze, wie sie etwa in der Gastronomie und Hotellerie getragen wird, ist dagegen längst nicht verschwunden, aber



Einst wie heute im Einsatz:
die Gastro-Schürze.

hat sich gewandelt: «Waren die Service-Schürzen früher auch mal überraschend kurz und nekkisch, zieht man heute vermehrt funktionale, geschlechtsneutrale Schürzen vor», beobachtet Birgit Langenegger.

«Schürzen | Schoosse» zeigt über 70 Alltags- und Berufsschürzen, darunter auch verschiedene Modelle aus der Gastronomie. Ergänzt wird die Ausstellung mit einer reichen Auswahl an Fotos von 1890 bis heute.

Die Ausstellung dauert bis zum 20. Mai 2013.
www.ai.ch

Schürzen für Schutz und Schmuck

In der Sonderausstellung «Schürzen | Schoosse» zeigt das Museum Appenzell die Geschichte eines allgegenwärtigen Kleidungsstücks. In der Gastronomie und Hotellerie spielt die Schürze bis heute eine Rolle.

FRANZiska EGLI



Der Schweizer Käseaffineur Walo von Mühlens hat am «World Cheese Award» in Birmingham (GB) Auszeichnungen für seine Käsesorten der Marke «Selection Walo» erhalten. Die drei Käse «Stärnächäss Extra würzig», «Rotwilli Bärgler» und «Le Gruyère Selection Extra» schafften es unter die Top 16 der internationalen Käse. Fromage Gruyère gelangte mit «Le Gruyère AOC 1655» ebenfalls unter die besten 16 Käse. Der «World Cheese Award» wird jährlich durchgeführt und gilt als grösster internationaler Käse-Wettbewerb.

smu

Eröffnung

Starbucks eröffnet ersten Hypermarket-Shop

Starbucks kündigt in Kooperation mit Bilka seinen ersten Hypermarket-Store in Dänemark an. Die Shop-in-Shop-Geschäftsstelle ist bislang die einzige Starbucks-Filiale dieser Art in Europa. Das Design des neuen Shops wird dänische Architektur mit Elementen des ersten Starbucks in Pike Place Market (Seattle) verbinden. Die Kette Bilka gehört zur Handelsgruppe Dansk Supermarket A/S und verkauft Lebensmittel sowie Non-Food-Artikel.

Produkt

Kombination aus Kaffee, Tee und Punsch

Das belgische Heissgetränk «Ginger Love» wird neu in der Schweiz von der Firma Hochstrasser AG vertrieben. Die Hersteller bezeichnen die erfrischende Mischung aus Zitrusfrüchten, Ingwer und Kräutern als Kombination von Kaffee, Tee und Punsch: Der Aufguss ist koffeinfrei und mit einem Schaumhäubchen gekrönt. Die handlichen Portionenbeutel, deren pulviger Inhalt in heißes Wasser eingerührt wird, sind bei Hochstrasser AG erhältlich.



Chris'

Christian Caflisch, (47) ist Architekt und Hotelier. Er führt als Direktor zwei Residenzen der Tertianum Gruppe.

Auf den ersten Blick könnte man durchaus meinen, dass ein Hotelfrühstück mit Architektur nicht viel gemeinsam hat. Doch wenn man bedenkt, dass das Frühstück für die Engländer lange die Hauptmahlzeit darstellte und die Engländer auch diejenigen waren, die während der Kolonialzeit massgeblich am Bau der weltweiten Hotelpaläste beteiligt waren, sind schnell Berührungspunkte zu erkennen.

In der «Belle Epoque», der Zeit des Hotel-Booms in der Schweiz während der vorletzten Jahrhundertwende, ist die englische Handschrift in der Restauration eindeutig zu erkennen. Alle Grand Hotels verfügten nämlich über einen grosszügigen, separaten Frühstücksraum. Der englische Ausdruck «breakfast» hat also nichts mit einer schnellen Pause zu tun. Vielmehr bezeichnet er mit «Fastenbrechen» das erste Essen nach der Nacht. Auch das deutsche Wort «Frühstück» meint ursprünglich das frühmorgens gegessene Stück Brot.

Dieser hohe Stellenwert des Frühstucks wurde damals architektonisch prunkvoll mit dem Frühstückssaal zelebriert. Die Frühstückssäle hatten in gewissen Regionen sogar eine grössere Bedeutung als die Speisesäle für das Mittag- oder Abendessen, was am teureren Ausbau erkannt werden konnte. Bestellt wurde natürlich à la carte, was für die Küche sowie für den Service dementsprechend personalintensiv war - ein heutzutage fast unvorstellbarer Luxus. Nichts mit irritierendem, nervendem Frühstück-Aufdecken und Buffet-Zusammenbauen am Vorabend, während die Gäste im preisgekrönten Restaurant versuchen, ihr Dessert zu geniessen oder, wenn es ganz schlimm kommt, gerade den Hauptgang serviert bekommen.

Doch in der Zeit des Wiederaufbaus nach dem Zweiten Weltkrieg stiegen die Bodenpreise,



Im Hotel Cervo in Zermatt frühstückt man in einem gemütlichen Ambiente. zvg

Plötzlich war der Umsatz pro Quadratmeter oder Stuhl gefragt anstelle von Grosszügigkeit. Die Personalkosten wurden zum wichtigsten Kostenfaktor. Unvorstellbar, dass ein Speisesaal nur während einiger Stunden am Tag besetzt erkannt werden konnte. Bestellt wurde natürlich à la carte, was für die Küche sowie für den Service dementsprechend personalintensiv war - ein heutzutage fast unvorstellbarer Luxus. Nichts mit irritierendem, nervendem Frühstück-Aufdecken und Buffet-Zusammenbauen am Vorabend, während die Gäste im preisgekrönten Restaurant versuchen, ihr Dessert zu geniessen oder, wenn es ganz schlimm kommt, gerade den Hauptgang serviert bekommen.

Die Ära der Frühstücksbuffs mit den Selbstbedienungskaffeeautomaten, Endlostsofern, automatischen Saftpressen, Chafing Dishes, Rechauds, Kühlseinrichtungen und Dispensern

für dies und das hat Einzug gehalten. Irgendwo zwischen Foyer, Restaurant und Réception wurden die verschiedensten, absolut unästhetischen Buffetsysteme hineingeprägt. Der einzige Moment, in dem die Buffets einigermassen einladend aussehen, ist dann, wenn sie voll beladen und noch jungfräulich sind.

Zugegeben: Zum Teil entspricht die Präsentation des Angebots auf den Buffets künstlerischen Spitzenleistungen, doch spätestens nach dem ersten Ansturm vergeht einem der Appetit - sowohl im architektonischen als auch kulinarischen Sinn. Gefragt sind nicht mehr die Kochkünste der Köche - zum Beispiel ein herrliches *Œuf à la bénédicte* - oder der diskrete, «alles den Augen ablesende» Service. Vielmehr werden die Geschicklichkeit und das Durchsetzungsvorwerk der Gäste gnadenlos getestet. Oder konnten Sie sich schon einmal ohne zu kleckern durch den 25 Zentimeter langen Servierzangen die Crevetten an leckerer Cocktailsauce servieren? Und wie sieht es mit dem Frühstücksholen aus, wenn sich gerade die Abschlagszeit-gestresste Golfgruppe vor Ihnen mit einer Wochenration Bananen eindeckt? Das hat doch keinen Stil - unvorstellbar in der «Belle Epoque».

Zum Glück erkennen einzelne Hoteliers wieder den Trend zur Individualität. Dies manifestiert sich darin, dass persönliche Minibuffs direkt am Tisch des Gastes hinge stellt werden oder ein Grossteil des Frühstucks in Minischalen, -Gläsern oder -Töpfen portioniert ist. Design zum Frühstück wurde erst in den letzten Jahren entdeckt. Die Buffets werden nun vermehrt von Innenarchitekten gebaut und nicht von Küchenbauern. Das trostlose Bild der tagsüber nicht benutzten Frühstückseinrichtungen, die absolute Falle für geschmacklose Zwischen-Dekorationen, gehört somit vielleicht bald der Vergangenheit an.

ANZEIGE



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/partner

Preferred Partner



Business Partner

moving money for better

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



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



Als grösster Schweizer Bürobedarfsspezialist im B2B-Bereich setzt die iba auf höchste Servicequalität. Sie bietet alles aus einer Hand – vom einfachen Kugelschreiber über Tinten und Toner, Bindeggeräte und Büromöbel bis zur cleveren Gesamtlösung.



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.



Ein Schaustück, zwei Torten, Glace, fünf verschiedene Pralinen, sieben Dessertsteller, zwei verschiedene Marzipanfiguren: Daniela Schmid und ihr WM-Werk.

News

«Culturescapes» mit 25 000 Besuchern

Die diesjährige Ausgabe des Kulturfestivals «Culturescapes Moskau» hat gegen 25 000 Menschen in der Schweiz und in Moskau angelockt, so die Bilanz der Organisatoren. Von Oktober bis Dezember fanden in der Region Basel, anderen Schweizer Städten und Moskau insgesamt 124 Veranstaltungen rund um Architektur, Film, Kunst, Literatur, Musik, Philosophie, Tanz und Theater statt. Organisatorin des Festivals ist die Basler Stiftung «Culturescapes», die nachhaltig die Kultur und den Kulturaustausch zwischen der Schweiz und anderen Ländern fördern will. Im kommenden Jahr widmet sich «Culturescapes» dem Balkan (Beginn: 19. Oktober 2013).

www.culturescapes.ch

Burger mit Fleisch vom Simmental

McDonald's wartet mit einer Neuheit auf: Das Gastronomieunternehmen lanciert einen Burger mit Fleisch von Simmentaler Bergkühen. Im Rahmen der Promotion «Schwizer Wüche», die noch bis zum 23. Dezember dauert, ist der «Simmental Prime» mit



Alpkäse, Tomatenwürfeln und einer Café-de-Pa-

ris-Sauce im Baguette in der Schweiz erhältlich. Die Rasse der Simmentaler-Kühe war im Berner Oberland schon im Mittelalter bekannt. Das Fleisch trägt das Gütesiegel von Pro Specie Rara. 2011 war der «McZür» mit Kalbfleisch, Rösti und Champignon-Sauce Bestandteil der Schweizer Spezialwoche.

Enrico Crippa wird Ehrenpräsident des «Bocuse d'Or»



Zvg

Für das Finale des internationalen Profikoch-Wettbewerbs «Bocuse d'Or» am 29. und 30. Januar 2013 in Lyon wurde Enrico Crippa zum Ehrenpräsidenten ernannt. Der Italiener ist Inhaber des Restaurants «Piazza Duomo» in Alba (Italien), das kürzlich mit dem dritten Michelin-Stern ausgezeichnet worden ist. Crippa ist der erste Italiener, der mit diesem Amt betraut wird. Nebst dem Ehrenpräsidenten sitzen der internationale Jurypräsident Rasmus Kofoed, Gewinner des «Bocuse d'Or 2011», sowie Paul Bocuse, Gründer des Koch-Events, in der Jury.

smu

www.bocusedor.com

Mit Süßem zum Erfolg

«Köpfe 2012» Silbermedaille für die Schweizerin: Die Sprüngli-Confiseurin Daniela Schmid wurde an der Junioren-WM 2012 der Konditor-Confiseure in Brasilien Zweite.

FRANZiska EGLI

Daniela Schmid, Sie haben die Schweiz in São Paulo an den Juniorenweltmeisterschaften des Internationalen Verbandes für Confiseure vertreten. Wie war's?

Eindrücklich. Zur selben Zeit fanden die «American Skills» statt, weswegen der Anlass auch von vielen Schulklassen besucht wurde, die sich einen Eindruck von den unterschiedlichsten Berufen verschaffen wollten. Und mittendrin waren wir und haben unseren Wettbewerb absolviert. Das war schon sehr toll.

Sie wurden Zweite. Zufrieden oder enttäuscht?

Mehr als zufrieden. Zumal die Siegerin, die Japanerin Mirina Ueno, absolut verdient gewonnen hat. Aber sie war auch optimal vorbereitet: Sie hatte letztes Jahr bereits an den «World Skills» teilgenommen und hat sich nun das ganze

Jahr über nur auf diesen Contest vorbereiten können – im Gegensatz zu uns anderen, von denen die meisten wie ich neben der Prüfungsvorbereitung noch 80 Prozent gearbeitet haben.

Jedenfalls: Ich war überhaupt von allen Schaustücken ziemlich beeindruckt und hoffte, dass ich es zumindest unter die ersten fünf schaffen

würde. Umso grösser war dann die Überraschung, als ich auf den zweiten Platz kam.

Sie hatten ein Schaustück, zwei Torten, Glace und ein Sortiment von fünf verschiedenen Pralinen, sieben Desserttellern und zwei Figuren aus Marzipan oder Couverture herstellen. Was haben Sie konkret geboten?

Das Thema durften wir frei wählen, und ich habe mich für «Die vier Elemente» entschieden. Die einzelnen Elemente kamen vor allem bei der Dekoration zum Vorschein: Für die Marzipanfiguren zum Beispiel schuf ich Tintenfische und Blauwale, sie symbolisierten das Wasser. Die Dessertsteller schmückte ich mit Honigkressen, was die Erde eines Gartens darstellen sollte. Oder auf der Torte «Iodete» ein Feuer aus Zucker. Zudem habe ich jede Praline einem Element zugeordnet.

«Es war lehrreich zu erfahren, wie mutig man sein kann und wie viel drin liegt.»

Daniela Schmid
Konditor-Confiseurin

Was war Ihre grösste Herausforderung?

Sicherlich schon mal der Umstand, dass der Anlass in Brasilien, also quasi am anderen Ende der Welt

stattfand. Und die Infrastruktur, die mir völlig unbekannt war. Oder ich erinnere mich an die Tortenglasur, die plötzlich Blasen geworfen hat, was vermutlich am brasiliensischem Rahmen lag. Da war ich doch sehr froh um die diversen Probeflächen, die ich absolvieren konnte – nur schon, um mit der Tatsache vertraut zu werden,

dass es immer anders läuft, als man denkt.

Was hat die japanische Weltmeisterin Mirina Ueno anders, was hat sie besser gemacht als Sie?

Alein ihr Schaustück war schlicht ein Traum, ich hätte es stundenlang betrachten können. Sie hat beeindruckend ruhig und enorm sauber gearbeitet, und ihre Figuren waren sehr filigran und detailreich.

Warum haben Sie sich für den Beruf des Konditor-Confiseurs entschieden?

Ich habe noch während meiner Kochlehre gemerkt, dass mir die Patisserie sehr zusagt. So

habe ich nach dieser Ausbildung gleich die Zweitlehre zu Confiseurin angehängt.

2011 hat Claudia Schmid, damals noch bei Sprüngli, an den Chocolate Masters in Paris teilgenommen. Werden Sie bei Sprüngli speziell gefördert?

Es ist nicht so, dass immer jemand von uns teilnimmt. Aber wir werden ermuntert und sehr unterstützt. Mir selber hat auch das Coaching durch den Verband viel gebracht: Zu erfahren, wie mutig man sein darf und festzustellen, dass zum Beispiel eine Avocado-Praline zwar interessant, aber doch etwas zu speziell ist, das war eine lehrreiche Erfahrung.

Serie Ausgezeichnete Köpfe

Die 25-jährige Konditor-Confiseurin Daniela Schmid hat 2010 die Schweizer Meisterschaft gewonnen. An den Juniorenweltmeisterschaften des Internationalen Verbandes für Confiseure, Patisseiers und Eishersteller (UIPCG) in São Paulo (Brasilien) vom 12. bis 16. November hat sie nun die Schweiz vertreten und den zweiten Platz erreicht.

Vierzehn Kandidaten aus acht Ländern haben teilgenommen.

Der Weltmeistertitel ging an Mirina Ueno aus Japan. Der 22-jährige Ueli Wampfler aus Reinach BL, für die Confiserie

Suterin in Solothurn tätig, kam auf dem 5. Rang.

Mit der Serie «Köpfe 2012» stellen wir bis Ende Jahr Personen mit Bezug zur Branche vor, die die 2012 eine Auszeichnung erhalten oder einen Wettbewerb gewonnen haben. Bisher erschienen: Hotelier Jonas A. Schürmann (htr vom 25.10.), die Köche Otto Koch (25.10.), Heiko Nieder (1.11.) und Daniel Humm (22.11.), der Verein Eaternal (8.11.), die Recepionistin Kathleen Hohl (15.11.) sowie die Restaurationsfachangestellten Noemi Kessler und die Köchin Julia Scheuber (29.11.). feee



Ueli Wampfler belegte an der Junioren-WM den 5. Platz.

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleisure
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Gery Niervergelt/gn
Stv. Chefredaktor: Sabrina Ganzmann/sag
Assistentin Chefredaktion und Spezialprojekte: Sabrina Jürg Patoku

Ressortleiter/innen:

aktuell: Daniel Stampfli/dst
fokus: Christine Küntzler/ck
dolce vita: Sabrina Ganzmann/sag
cahier français: Alexandre Caldarà/aca
Redaktion: Laetitia Borgard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tb; Gundrun Schlenzcek/gsg; Karl Josef Verding/kjv
Bildredaktion/Fotograf: Alain D. Boillat/ad.
Layout: Roland Gerber/rk; Regula Wolf/rwo (AD)
Korrektur: Paul Le Grand.
Volontärin: Salome Müller/smj

Online Redaktion: Natalie Pascale Aliesch/npa
Sekretariat: Sabrina Jürg Patoku (Leitung), Danijela Bosnjak.

Verlag

Leitung: Barbara König.
Stellenanzeiger: Angela di Renzo, Patricia Nobs
Geschäftsanzeiger: Emanuel Müller,
Michael Müller.
hotelpress.ch: Denise Karan
Volontärin: Salome Müller/smj

Auflage: WEMF-Beglaubigt 2011, verkauft 84 000
Auflage: 9476; Gratisauflage: 811.

Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer 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
Online Redaktion: online@htr.ch

Abonnement: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; Mail: abo@htr.ch

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

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

Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

Angebote dieser Firmen finden Sie auf www.hotelmarktplatz.ch



**hotel
marktplatz.ch**

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

cahier français

htr hotel revue No 49 / 6 décembre 2012



Genève

Les hôteliers soulignent qu'ils contribuent à 10% du chiffre d'affaires national.

page 20

Art et tourisme

Le palace Le Meurice à Paris rend hommage à un hôte d'exception, Salvador Dalí.

page 23



Dans le cadre de ses rénovations, l'Hôtel Cailler à Charmey est passé de 61 à 63 chambres et a créé 9 suites – dont certaines avec jacuzzi.

Bains boosteurs d'hôtel

L'Hôtel Cailler à Charmey en Gruyère a inauguré la fin d'un vaste programme de rénovation. Avec dix millions investis en dix ans, l'établissement se porte comme un charme.

Claude Jenny

Foin de la morosité ambiante et déclinée par tant de professionnels de l'hôtellerie! Directeur et actionnaire avec quatre autres partenaires de l'établissement phare de la station gruyéenne, Stéphane Schlaeppy a réussi, depuis son arrivée à Charmey, en 1999, à faire de l'Hôtel Cailler un véritable fleuron. Si cet hôtelier flirte depuis un bon bout de temps avec le succès à la tête de deux hôtels - le Cailler à Charmey et le

Rallye à Bulle - devenant un porte-voix de la réussite dans le secteur, voilà qui ne tient aucunement du hasard.

La totalité des chambres et suites rénovées en 4 étoiles supérieur

Certes, l'Hôtel Cailler a clairement bénéficié de «l'effet bains» depuis l'ouverture du centre thermal en 2007. Mais son succès tient d'abord à la justesse du chemin suivi par son patron, qui affiche tout naturellement la satisfaction d'être arrivé au terme d'une étape importante.

«Oui, confie-t-il, aujourd'hui, le temps de cette inauguration, je peux faire une trêve et manifester ma satisfaction, car nous avons conduit un programme de rénovation très abouti, puisque quasiment tout a été remis à neuf et amélioré dans tous les espaces de l'hôtel» (voir htr du 20.09.12).

La septantaine de chambres et suites sont toutes étiquetées d'un standing 4 étoiles supérieur, même si l'établissement va volontairement renoncer à une demie étoile supplémentaire. «La totalité du programme de rénovation re-

présente un investissement très conséquent de 10 millions de francs en 10 ans», détaille le boss. Le prix à payer pour offrir le top à

une clientèle de plus en plus exigeante.

«Après chaque étape de rénovation, les clients fidèles réclament

davantage», confie avec malice ce Neuchâtelois solidement enraciné en Gruyère et qui est parvenu à positionner son établissement sur

«Plus de lits pour l'essor touristique»



Fabien Mauron quitte La Gruyère Tourisme fin janvier.

Fabien Mauron, vous avez passé 6 ans en tant que directeur de La Gruyère Tourisme. Courant janvier, vous passerez le relais. Quel bilan tirez-vous de cette expérience?

Un bilan extrêmement positif

dans la mesure où de nombreuses améliorations de l'offre touristique sont intervenues ces dernières années. De nombreux partenariats ont également été mis en place. Et le nombre des nuitées a progressé de manière réjouissante.

Quelle est cette progression?

En 2007, nous avions comptabilisé 506 000 nuitées pour l'ensemble de l'hôtellerie et de la parahôtellerie. L'année dernière, nous avons enregistré 535 000 nuitées et nous espérons boucler l'année 2012 avec une progression de 5 à 6% pour atteindre 570 000 nuitées.

La Gruyère offre plusieurs pôles d'attraction comme la

Maison Cailler, les Bains de Charmey, la fromagerie et la cité de Gruyères, le Moléson. Que faudrait-il encore améliorer pour renforcer l'essor touristique de la région?

Des lits! Même si l'offre hôtelière s'est améliorée - notamment à Bulle avec l'ouverture de l'Ibis et l'agrandissement du Rallye, et à Charmey avec la rénovation de l'Hôtel Cailler - nous souffrons encore d'une insuffisance de l'offre hôtelière. Heureusement, des projets sont en gestation qui, s'ils se réalisent, permettront de répondre à l'attrait de la région. Plus l'offre sera large, plus nous attirerons d'hôtes.

Quelle réalisation déterminante avez-vous envie d'évoquer à la veille de tourner la page?

L'ouverture du nouvel office du tourisme de Gruyère et de ses annexes en 2009. Un outil qui s'est avéré très bénéfique!

Un domaine qui mérite une attention particulière ?

L'amélioration de la mobilité entre les divers pôles d'attraction de la région, ce qui passe par une densification du réseau des transports publics. Et un meilleur positionnement de l'offre estivale. Moléson a déjà fait beaucoup. Charmey y réfléchit, notamment par la création d'un réseau de pistes de VTT.

cj

Le changement commence ici! www.hoteljob.ch

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

htr hotel revue

happy Topper pour accroître le confort de vos hôtes.

happy systems™
Ahl Si j'avais un lit happy.
www.happy.ch

BRITA Professional
Preferred Partner

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

<http://professional.brita.ch>

En bref

Suisse

Le National aide le tourisme

Le Conseil national a accepté par 96 voix contre 55, d'augmenter l'enveloppe de 56 millions de francs proposée par le gouvernement à près de 68 millions. Il a suivi une proposition du PLR vaudois Olivier Feller. Il s'agit de financer un programme spécial mis au point par Suisse Tourisme pour répondre au franc fort. Ce programme pour le tourisme alpin et rural prévoit de renforcer la promotion, notamment dans les pays émergents. Suisse Tourisme veut parallèlement étoffer et diversifier les offres en Suisse.

Partenariat important pour le WFT Lucerne



Le World Tourism Forum (WTF) coopère avec l'Organisation mondiale du tourisme comme nouveau partenaire. Un accord a été signé récemment. «C'est un tournant pour nous», affirme Martin Barth, General Manager du WTFL. L'accord signé par Taleb Rifai, secrétaire général de l'Organisation mondiale du tourisme, prévoit une collaboration en vue d'encourager la relève dans l'industrie du tourisme. Le troisième forum se déroulera du 17 au 19 avril 2013.

Nécrologie

Hommages à Isabelle Aubert



«C'est avec une grande tristesse que les membres du Comité et de la direction de Suisse Tourisme font part du décès d'Isabelle Aubert, membre du comité depuis 2008», c'est ainsi que Jean-François Roth, président et Jürg Schmid, directeur de ST ont rendu hommage à cette femme. Elle occupait le poste de directrice générale du site de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne.



Les hôteliers genevois ont tenu leur assemblée générale d'automne au Four Seasons Hotel des Bergues (photo). Ils se sont montrés plutôt rassurés.

Résistance genevoise

L'hôtellerie genevoise a mieux résisté que prévu en 2012.

Réunis en assemblée générale, les hôteliers ont rappelé l'importante contribution des établissements de luxe pour l'économie.

ALEXANDRE NICOLIN

Les prévisions sont encourageantes. Si les chiffres définitifs ne tomberont qu'en février ou mars, «la nombre de nuitées devrait cette année se contracter de 1,1%», a annoncé quelque peu rassuré Marc-Antoine Nissile, président de la Société des hôteliers de Genève, sous les lustres du Salon des nations du Four Seasons Hotel des Bergues. Et le maître de cérémonie de complé-

ter à l'issue de l'assemblée générale d'automne: «C'est correct par rapport à ce que l'on aurait pu s'attendre». Comprendre: «ce que l'on aurait pu craindre!»

Clientèle moyen-orientale présente

Car en effet, deux gros nuages d'incertitude planaient sur l'année 2012. Une conjoncture peu favorable, mais également un ramadan calé sur le calendrier lunaire, qui tombait cette année en pleines Fêtes de Genève et qui risquait de tenir éloigné du bout du lac la clientèle moyen-orientale. Mais finalement, plus de peur que de mal. «Cette clientèle est quand même venue à Genève cet été. Elle a simplement voyagé avant et après le ramadan», a détaillé Marc-Antoine Nissile.



«Genève contribue à 10% du chiffre d'affaires de l'hôtellerie suisse.»

Marc-Antoine Nissile
prés. Société des hôteliers genevois

Certains grands établissements, à l'instar du Grand Hotel Kempinski Geneva, devraient même réaliser le meilleur exercice de leur histoire, comme l'a déclaré Reto Wittwer, CEO du groupe Kempinski, invité par l'association à prendre la parole lors de l'assemblée.

Genève, place de choix

Le prix moyen par chambre s'affaisse lui aussi très légèrement. Difficile de brosser une tendance générale, mais il s'avère que les établissements trois et quatre étoiles ont bien tenu leur cap alors que les établissements une, deux et cinq étoiles semblent avoir dû négocier un peu plus sur leur prix.

Marc-Antoine Nissile a saisi l'occasion pour rappeler la place

de choix qu'occupe l'hôtellerie genevoise au niveau national. «Le chiffre d'affaires total de l'hôtellerie suisse s'élève à neuf milliards de francs. Hors, ici à Genève, nous réalisons un chiffre d'un milliard. Nous contribuons donc à 10% du chiffre d'affaires de l'hôtellerie suisse.» Une performance qui s'explique par l'important nombre d'hôtels de luxe «dans la plus petite des grandes villes», puisqu'elle compte 2400 chambres cinq étoiles, contre par exemple 900 à Zurich et que la moitié de ce milliard provient justement de l'hôtellerie très haut de gamme.

Devant un parterre de professionnels accquis à la cause, la question de la sécurité est au cœur des débats depuis de nombreuses années, le président Nissile a affirmé et soutien que la société des hôteliers apporte à la création de nouvelles cellules carcérales ainsi qu'à la politique dite de «tolérance zéro», désir insufflé par le conseiller d'Etat Pierre Maudet. Tout en relativisant. «Le sentiment d'insécurité est plus fort que le problème d'insécurité.»

Le Préalpina trouve enfin un propriétaire

L'Hôtel Préalpina, à Chexbres, a été vendu. L'acquéreur est un investisseur russe habitant Lausanne depuis 10 ans, et déjà propriétaire de 5 autres établissements en Suisse romande.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

L'une des sociétés de Nikolai Sidorov a racheté l'Hôtel Préalpina, le quatre étoiles de Chexbres, propriété de la Fondation Unia. Ni celle-ci, ni Fabrice Bezençon, en charge de la branche hôtelière des activités de cet informel groupe Sidorov, n'ont articulé de prix pour

cette transaction. Il est cependant vraisemblable qu'il devrait se situer entre 12 et 15 millions de francs.

Ce qui correspond aux investissements consentis par le groupe pour l'acquisition de ses cinq autres établissements en Suisse romande: l'Hôtel Bon-Port, à Montreux; l'Hôtel de la Rose, à Fribourg; le Motel des Bains, à Yverdon, qui se présentera sous le nom de Résidence de la Source à sa réouverture annoncée pour le début 2013; l'Hôtel Le Grenil, dans le quartier de La Jonction à Genève; l'Hôtel des Mosaïques, à Orbe et, last but not least, l'Hôtel Lavaux (l'ancien InterEurope) ouvert en septembre à Cully. Ce qui correspond également aux premiers chiffres articulés lors de l'annonce de la mise en vente de

l'objet par la Fondation Unia. Autre particularité de ces établissements: ils comptent tous moins de 100 chambres, entre 35 et 70 actuellement.

A Chexbres, pour le Préalpina, c'est l'aboutissement d'un processus de plus de deux ans rendu un peu confus par la volonté de «non-communicer» du vendeur. Une valse-hésitation dont les enjeux dépassaient, c'est vrai, le seul domaine de l'hôtellerie, puisque la grande parcelle entourant l'établissement devait être morcelée. L'hôtel bénéficie d'ailleurs d'une servitude pour traverser la zone d'habitation prévue.

On l'imagine bien, pour le personnel, qui a été dûment averti de la transaction ce dernier

vendredi 30 novembre par les nouveaux propriétaires, c'est le soulagement. L'équipe des 25 employés en place, à commencer par le couple de direction, est maintenue et le directeur, Olivier Lehrian ne cache pas son émotion en évoquant certains collaborateurs en place depuis 20 ans.

Pour le moment, précise Fabrice Bezençon, il n'est pas prévu que d'autres investissements soient consentis pour des travaux

Question fiscale Pierre-François Hunger persuasif

Invité à prononcer une courte allocution, le président du Conseil d'Etat Pierre-François Hunger semblait quant à lui être surtout venu pour battre campagne en faveur de la récente proposition du Conseil d'Etat de taxer le bénéfice des entreprises au taux unique de 13% contre actuellement 11% aujourd'hui pour les entreprises mixtes (multinationales) et 24% pour les entreprises suisses. «Les choses se posent de manière simple, a-t-il plusieurs fois martelé. Soit nous perdons 500 millions de recettes fiscales et nous maintenons 50 000 emplois. Soit nous perdons un milliard de recettes et nous perdons 50 000 emplois». Une argumentation choc, qui a fait mouche, et qui a manifestement séduit cette assistance à l'âme entrepreneuriale.



Le Préalpina de Chexbres est désormais en mains russes.



Pour l'heure, les stations alpines suisses font état d'un bon niveau de réservations pour la période des fêtes.

russes», la clientèle suisse continue de dominer en Valais. «Nous avons encore des disponibilités dans toutes les catégories», constate Christian Trottmann, directeur de la communication de Zurich Tourism.

Selon Christoph Bosshardt, de Bâle Tourism, le niveau global des nuitées est stable dans la ville rhénane, avec une diminution des visiteurs européens et un accroissement des hôtes suisses, américains et asiatiques. «Décembre est un mois traditionnellement faible, même s'il a connu un essor au cours des dernières années avec les activités proposées pendant les semaines de l'Avent.» Le niveau de réservations se situe entre 20 et 25% pendant les fêtes.

STC: les marchés de Noël en point de mire

Saint-Moritz, Zermatt et Grindelwald sont les destinations les plus vendues par STC cet hiver, selon les déclarations de José Lamorte, Head Product Manager. Saint-Moritz, Davos et Zermatt s'imposent à Noël alors que la station engadinoise est rejointe par Grindelwald et Zurich pour la période du Nouvel An. Les voyageurs potentiels qui appellent le call-center de STC se renseignent en premier lieu sur les marchés de Noël.

La seconde question la plus souvent posée concerne l'état des pistes et le nombre d'installations en service alors que les prévisions météorologiques et les températures pour les prochains jours représentent la troisième préoccupation par ordre de fréquence. «Nos interlocuteurs nous interrogent ensuite sur les hôtels, les destinations et les domaines skiables que nous pouvons leur recommander. Certains, enfin, sont à l'affût d'offres de dernière minute et s'intéressent aux chambres encore disponibles pour Noël et Nouvel An.»

Traduction Jean-Pierre Ammon
d'un texte en page 7

Les couleurs de la saison hivernale

Selon les prévisions, les hôteliers devront compter avec des lits vides cet hiver. Une tendance qui peut s'inverser rapidement, grâce aux réservations de dernière minute.

CHRISTINE KÜNZLER

La neige est fidèle au rendez-vous et les stations répondent aux demandes des forfaits, de nouvelles pistes et des offres de loisir. Pour la saison 2012/2013, l'institut BAK Basel prévoit un léger recul des nuitées de 0,9%. Si le nombre de touristes suisses semble demeurer stable, celui des visiteurs étrangers devrait se réduire de 1,8%. La contraction serait un peu plus forte

en Suisse centrale alors qu'elle oscillerait entre 0,6 et 1% dans les autres régions.

Les associations régionales d'hôteliers suisses dessinent un tableau analogue, ainsi qu'un sondage le démontre. Tous les hôteliers relèvent que les réservations se produisent à très court terme. Aussi, ce bilan peu favorable pourrait s'infléchir vers le haut - ou le bas - en fonction des conditions météo. Une certitude s'impose cependant: les stations alpines font état d'un bon niveau de réservations pour la période des fêtes.

La clientèle suisse encore majoritaire en Valais

«En général, les hôteliers démontrent un optimisme mesuré», déclare Beat Anneler, directeur de l'association hôtelière de l'Oberland bernois, qui envisage la saison avec confiance malgré l'absence des touristes venus des pays arabes ou asiatiques et les difficultés économiques qui frappent les principaux marchés européens. Si les hôteliers grison

s'attendent globalement à une stabilité des nuitées, l'association valaisanne précise pour sa part que Zermatt et la vallée de Conches comptabilisent autant de réservations que l'an dernier.

En revanche, la région d'Aletsch et le Val d'Anniviers enregistrent

un recul, encore plus marqué à Sion. Loèche-les-Bains ne communiquent pas de prévisions, mais les responsables soulignent que certains marchés comme l'Italie et l'Allemagne «deviennent très difficiles». Si la station déclare «accueillir de nombreux touristes

d'accès

à Sion. Loèche-les-Bains ne communiquent pas de prévisions, mais les responsables soulignent que certains marchés comme l'Italie et l'Allemagne «deviennent très difficiles». Si la station déclare «accueillir de nombreux touristes

Trois fois plus de labels jurassiens

Vingt-deux prestataires de l'offre touristique ont reçu le label I du Programme qualité du tourisme suisse.

Un record et un premier succès pour la collaboration touristique interjurassienne.

MIROSLAW HALABA

On n'avait encore jamais vu cela en terre jurassienne. Vingt-deux prestataires du Jura et du Jura bernois ont reçu lundi à Tramelan (BE) le label I du Programme de qualité du tourisme suisse. Cette remise s'est faite à l'issue d'un cours pour «quality coach» mis

sur pied ce printemps à Delémont dans le cadre du projet de Développement de l'offre touristique interjurassienne (DOTI) et en présence d'un nombre record de participants.

René Kölliker, responsable du projet, était particulièrement satisfait: «Un cours avait déjà été organisé il y a quelques années dans le Jura, mais il n'avait jamais eu un tel succès en termes de fréquentation.» Compte tenu de la demande, le cours aurait même pu déclouer s'il n'y avait pas eu d'impasse au niveau des enseignants.

Ces nouvelles distinctions triplent ainsi le nombre de labels recensés dans le Jura et le Jura bernois, faisant passer celui-ci de 11 à 33. Les responsables juras-

siens n'entendent, d'ailleurs, pas s'arrêter en si bon chemin. «Nous espérons arriver à cent labels d'ici 2015-2016», a indiqué Guillaume Lachat, le directeur de Jura Tourisme.

René Kölliker ne le cache pas, le résultat obtenu a nécessité un

«énorme» suivi pour que les prestataires remettent les documents nécessaires à l'obtention du label et terminent ainsi leur démarche. Il n'y voit cependant pas une caractéristique jurassienne. «C'est un peu partout la même chose», dit-il.

Cette remise de distinction marque aussi un premier résultat concret du projet de développement touristique interjurassien. A voir le programme sur lequel planche René Kölliker, il y en aura bientôt d'autres et pas plus tard qu'en prochain.

A partir de septembre un «train des horlogers» reliera La Chaux-de-Fonds à Tavannes, en passant par Le Noirmont et Tramelan. Au menu: culture horlogère et gastronomie. Un arrêt est notam-

ment prévu au Boéchet où le public pourra se sustenter dans un restaurant avec chambres d'hôtes qui vient d'ouvrir ses portes le 1er décembre. Au même endroit, un petit musée, consacré aux horlogers paysans, sera inauguré le 1er avril.

L'année 2014 devrait offrir au randonneur une Via Jura revisée. René Kölliker travaille avec les responsables de Suisse Mobile pour faire passer cet itinéraire Bâle-Bienne par la crête de Moron et la fameuse tour conçue par Mario Botti et réalisée par sept cents apprentis du bâtiment et du génie civil.

Ce tracé passera aussi par l'abbaye de Bellelay qui aura étoffé son offre à l'occasion de son 300e anniversaire.



La Tour de Moron valorisée par un nouvel itinéraire en 2014.

En bref

International

Les bouchons lyonnais utiles pour le tourisme

La création du label «les bouchons lyonnais» permet à ces institutions traditionnelles de renforcer leur valorisation et leur promotion auprès, notamment, des visiteurs nationaux et internationaux. Cette démarche vise notamment à contribuer au développement économique de ces bouchons lyonnais qui offrent une tradition culinaire familiale de terroir et de qualité. Cette initiative s'inscrit dans le cadre du projet européen Susten qui développe des politiques innovantes pour le tourisme durable. aca

Jura

Les produits du terroir mieux valorisés



idd

Le Jura et le Jura bernois veulent améliorer l'accès aux produits du terroir pour les consommateurs. Le concept «Du champ à l'assiette» intègre les partenaires de la production, de la distribution, de la gastronomie et du tourisme. Le programme se déroulera jusqu'en 2014. Il développera notamment les outils de promotion et les canaux de distribution (commerciale et touristique). Il

Vaud

Appartements dans l'ancien Grand Hôtel

L'ancien Grand Hôtel du Pont, à la Vallée de Joux a été vendu aux enchères lundi pour 2,5 millions. Le nouveau propriétaire du bâtiment Belle-Epoque serait selon «24 heures» Isidor Elsig, fondateur d'Univers Pro Uva, un des leaders de la distribution des bouteilles en verre en Suisse. Il projette d'y louer des appartements. Cet objet immobilier entouré de quatre hectares de terrain est estimé à 4,9 millions. La vente visait à rembourser partiellement les créanciers de la clinique Bircher.

Valais

Monthevy et Brigue desservis par RER



idd

Dès dimanche, le Valais aura son Réseau Express Régional (RER) entre Monthevy et Brigue, aux heures de pointe. Le RER valaisan s'adresse prioritairement aux étudiants, aux pendulaires mais aussi à une clientèle de loisirs auxquels il offre une souplesse (fréquence et rapidité) et une régularité accrues. Region Alps a investi 15 millions de francs pour acquérir trois trains supplémentaires. aca

Des talents pour l'hôtellerie



Faites carrière dans la branche hôtelière

Le secteur hôtelier suisse offre de nombreuses opportunités de carrière. Que ce soit en tant que serveur, en tant qu'agent de ménage ou en tant que cuisinier, il existe de nombreux emplois dans le secteur hôtelier. Les entreprises du secteur hôtelier sont à la recherche de personnes compétentes et passionnées pour travailler dans leur établissement. Si vous êtes intéressé par une carrière dans le secteur hôtelier, il est important de faire votre recherche et de trouver l'emploi qui correspond le mieux à vos intérêts et à vos compétences.

Il existe de nombreux emplois dans le secteur hôtelier, que ce soit en tant que serveur, en tant qu'agent de ménage ou en tant que cuisinier. Les entreprises du secteur hôtelier sont à la recherche de personnes compétentes et passionnées pour travailler dans leur établissement. Si vous êtes intéressé par une carrière dans le secteur hôtelier, il est important de faire votre recherche et de trouver l'emploi qui correspond le mieux à vos intérêts et à vos compétences.

Il existe de nombreux emplois dans le secteur hôtelier, que ce soit en tant que serveur, en tant qu'agent de ménage ou en tant que cuisinier. Les entreprises du secteur hôtelier sont à la recherche de personnes compétentes et passionnées pour travailler dans leur établissement. Si vous êtes intéressé par une carrière dans le secteur hôtelier, il est important de faire votre recherche et de trouver l'emploi qui correspond le mieux à vos intérêts et à vos compétences.

Il existe de nombreux emplois dans le secteur hôtelier, que ce soit en tant que serveur, en tant qu'agent de ménage ou en tant que cuisinier. Les entreprises du secteur hôtelier sont à la recherche de personnes compétentes et passionnées pour travailler dans leur établissement. Si vous êtes intéressé par une carrière dans le secteur hôtelier, il est important de faire votre recherche et de trouver l'emploi qui correspond le mieux à vos intérêts et à vos compétences.

Informations sur la formation professionnelle et la formation continue dans l'hôtellerie:

www.hotelleriesuisse.ch/carriere



**hotelleriesuisse – compétence,
dynamisme, enthousiasme.**

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Culture et tourisme. Salvador Dalí. Alors que le Centre Pompidou à Paris consacre une grande rétrospective à Salvador Dalí, l'occasion de suivre ses traces jusqu'au palace Le Meurice où l'artiste séjournait un mois dans l'année durant trente ans.

Grain de folie au Meurice

Le palace parisien Le Meurice a fait d'un hôte d'exception, Salvador Dalí, un fil conducteur. Un restaurant à son nom ainsi que des pièces de mobilier inspirées du surréalisme.

LAETITIA BONGARD

Dans sa suite, il demanda qu'on y amène des moutons et une moto, inaugura la peinture à explosion en jetant des pots de peinture par les fenêtres, mobilisa le personnel de l'hôtel pour une chasse aux mouches. Chaque mois de décembre durant plus de trente ans, Salvador Dalí résidait dans une suite du Meurice, doyen des palaces parisiens, qui appartenait aujourd'hui au groupe Dorchester Collection (comme Le Richemond à Genève). Hôte extravagant, hors du commun mais décrit comme sympathique, il a laissé un souvenir marquant, semé d'anecdotes burlesques. «Il



Reconstitution du téléphone-homard de Dalí (1936).

a fait de sa suite le théâtre de ses exploits et de ses expériences», écrit Franka Holtmann, directrice générale de l'Hôtel Le Meurice, dans une brochure intitulée «Révélation». Révélation comme celle de remettre l'établissement au goût du jour tout en puissant dans le génie de l'artiste. Une manière de rendre hommage à cet hôte d'exception, en collaboration avec la Fondation Dalí à Figueras.

Ainsi «Le Jardin d'hiver», l'un des deux restaurants gastronomiques du Meurice, a troqué son nom pour «Le Dalí» en 2008. La cuisine du chef star Yannick Alléno n'emprunte peut-être pas à l'exubérance du peintre (lire ci-contre), en revanche, les clins d'œil imaginés par le célèbre architecte et designer Philippe Starck, sont nombreux. Des pièces de mobilier réalisées sur la base de

dessins originaux de Dalí habillent désormais le lobby et les deux restaurants. On y trouve la chaise Léda, en laiton poli, composée de trois pieds chaussés d'escarpins, rappelant pour l'artiste, les pieds étaient la partie la plus humaine du corps. La lampe «Muletas», signifiant la cape rouge des matadors en espagnol mais aussi la bâquille - symbole psychanalytique cher à Dalí. D'autres objets puissent dans la fantaisie du génie sans forcément porter sa signature : ce tapis inspiré du tableau «L'âne pourri» ou ce fauteuil ailé

en hêtre recouvert de feuilles d'argent. Car Dalí se plaisait à évoquer des oiseaux en plein vol pour recréer des visages.

Le thème de la conversation s'exprime au travers de cette chaise double dans bois avec canne à la goutte, mais aussi, imaginé par Dalí lui-même, le fameux téléphone-homard. Auparavant exposé au restaurant, il est aujourd'hui réservé aux hôtes de la prestigieuse suite. Lors de son premier séjour, Dalí l'avait expressément demandée au chef Alphonse XIII en avait autrefois fait sa rési-

dence parisienne. «Et puis Dalí est resté au Meurice. Sans doute parce que ses paradoxes rencontraient ceux de l'hôtel, la nostalgie de la grandeur et le goût du panache, le sens de l'histoire et le don de la fête, un certain style. Avec Dalí un peu souffrait sur le Meurice», observe Franka Holtmann.

Louée 8000 euros la nuit, la suite héberge aujourd'hui principalement des délégations officielles. «Pour l'instant personne n'a déposé cette somme pour y séjourner juste parce que c'était celle de Dalí», relève Margaux Capdeville, durant à construire sa célébrité, cherchant à faire de lui un mythe.

Yannick Alléno: du homard sans goudron

Le chef Alléno ne se compare pas à Dalí et pourtant on est tenté de voir entre les deux personnages une quête commune de grandeur et de perfection. L'artiste catalan disait : «A 6 ans je voulais devenir cuisinière, à 7 ans Napoléon, depuis mon ambition n'a cessé de croître.» Yannick Alléno, à la tête depuis 2003 des deux restaurants gastronomiques du Meurice, Le Dalí et Le Meurice, a décidé de sa profession à 8 ans. Sans raison particulière, «c'est certainement écrit comme ça», dit-il.

Le chef, triplement étoilé depuis 2007, s'est construit un véritable empire gastronomique. Il gère 17 restaurants, répartis entre Paris, Courchevel, Saint-Tropez,

mais aussi Dubaï, Marrakech, Beyrouth, Pékin et Taipei. Le potentiel de ces villes lui semble évident : «On s'installe là où il y a du monde.» C'est dans ces dernières que son concept STAY pour «Simple Table Alléno Yannick» trouve son accomplissement. Et avec lui le désir de transmettre le savoir-faire de la cuisine française. Dans le même esprit, il crée en 2011 le magazine Yam, un bimensuel proposant des plats-signature.

A Dalí, la référence à

l'artiste ne conditionne pas ses plats. «On s'est bien sûr intéressé à ses goûts mais cela correspondait à une période de cuisine révolue aujourd'hui. Nous prenons des délires parfois, comme avec le homard au goudron, un homard noir traité avec la spiritualité de Dalí mais sans goudron.»

La cuisine d'Alléno passe dans le terroir parisien, se teinte de modernité : «Caillette de canard aux cerises», «Nage d'écrevisses en canapé», «Eeffeuillé



A déguster au Meurice : la caillette de canard aux cerises.

de cabillaud translucide à l'huile d'olive». Un soin du détail qu'il doit à sa formation première, la pâtisserie. L'homme cherche à «rendre beau ce que la nature nous a donné de bon.» Dalí ne disait-il pas, «La beauté sera comestible ou ne sera pas?»

Illusion, poésie, délire : Dalí est de retour à Paris

A peine commencée que l'exposition Dalí attire les foules au Centre Pompidou de Paris. La dernière retrospective, en 1979, avait attiré 840 000 visiteurs, un record encore inégalé au niveau parisien.

LAETITIA BONGARD

S alvador Dalí est de retour au Centre Georges Pompidou de Paris. Il nous y accueille le cœur battant, en position fétale. L'œuf, tout un symbole pour l'artiste catalan. Comme les haricots, les fourmis, les sauterelles, les fossiles, les bâquilles, ou encore le regard - à l'origine de l'inspira-

ration. Un monde onirique et sensible, composé d'images doubles et cachées. Une métaphore pour signifier la fragilité du sens des choses. Dalí donne à voir dans l'infiniment petit et l'infiniment grand. Des toiles faites de contrastes et de plages de silence, un vide préservé comme une échappatoire.

Quelque 200 œuvres pour une

immersion complète dans l'univers artistique du maître surréaliste. Ses peintures bien sûr, dont de célèbres chefs-d'œuvre comme «La Persistance de la mémoire» (1931), ses montres molles emblématiques de la fin du temps, du manque d'emprise; «Le Grand masturbateur» (1929), icône de la rencontre amoureuse avec Gala, qui deviendra sa muse. Véritable tourbillon dans sa vie et inaugura-

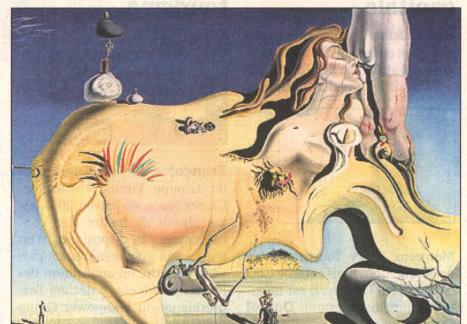
tion de son ralliement au surréalisme. Des objets aussi, représentatifs de sa collaboration avec le monde du design. Le canapé de Mae West reconstruit, une bouche rouge sensuelle en guise de siège. Films, extraits d'émissions et photographies donnent corps au génie. L'enveloppent dans sa folie. Un moyen de mieux cerner ce personnage hors du commun, souvent contesté dans son culte de l'artiste-star, ses attitudes provocatrices.

Trente-trois ans ont passé depuis la dernière retrospective parisienne. Le phénomène Dalí avait attiré 840 000 visiteurs, un record inégalé au niveau parisien. Alain Séban, président du Centre Pompidou, le dit dans la préface du catalogue d'exposition: «En décrivant cette exposition, je n'ai pas

envisionné égaler voire dépasser le chiffre de fréquentation de 1979.» Et pourtant la fascination perdure. «Le temps joue en faveur de Dalí», écrit Jean-Hubert Martin, commissaire de l'exposition.

Le temps, cette grande incongruité pour Dalí. Renvoie à une finitude qui l'obsède. Disciple de la psychanalyse, il flirtait avec le rêve, libérait son inconscient par la création. L'art comme un exutoire. Avant de quitter la salle, il laisse ses mots au visiteur: «Je réclame une vie dans l'au-delà avec persistance de la mémoire. Je veux bien renoncer aux beautés éternelles, pourvu que dans l'éternité, je me souvienne de tout.»

Exposition Dalí, à découvrir jusqu'au 25 mars au Centre Georges Pompidou à Paris.
www.nouveau-paris-idf.com



Salvador Dalí, Fundació Gala-Salvador Dalí / ADAGP, Figueres, Paris 2012
«Le grand masturbateur», peint en 1929, thématise la rencontre du peintre avec Gala. Elle deviendra sa muse.

la «der»

hter hotel revue No 49 / 6 décembre 2012



«Mettre un siècle pour apprendre à tenir sa fourchette, pas pour moi! Je préfère les alcooliques au café.»

Olivia Ruiz Chanteuse.
Lu dans la «Tribune de Genève».

24

Un parcours à travers un faisceau



Flowers 2.0 de Pierre Estève, une installation lumineuse composée de fleurs géantes réalisées à partir de milliers de bouteilles en plastique.

Le premier Festival Lausanne Lumières

métamorphose la ville. Des visites guidées permettent de voir la ville avec d'autres focales. Premiers regards enthousiastes.

ALEXANDRE CALDARA

Lausanne s'allume. Neud sur passerelle du Grand-Pont. Vaisseau carmin intriguant. Flux Cocoon, des designers genevois Allegory, s'impose déjà comme une icône de Noël qui interpelle. Pour la première fois, le Festival Lausanne Lumières propose jusqu'au 2 janvier, des œuvres artistiques utilisant la lumière. Moteur d'une imagination fébrile. Concentrées sur l'hyper-centre de la ville, les différentes étapes forment un parcours que l'on peut découvrir en 45 minutes par la plante du pied.

Cette initiative du City-Mangement et de la Ville permet de découvrir des installations choisies sur concours. Elles permet-



Les lampounettes de Tilt dans le quartier du Flon.

tent de faire face à une boule géante dans les escaliers de Bel-Air ou à des guirlandes animées, à la rue Saint-Laurent. Souvent les projets se nimbent d'une dimension sociologique, le long des marches le Barcelonais Pablo Martinez Diaz utilise la lumière comme matière qui qualifie la ville. Quant au Urban Zoo, du Vaudois Steve Bony, ses illuminations partent de dessins d'enfants d'un centre socioculturel.

Lausanne Tourisme y participe, avec ces guides du patrimoine qui animent des visites au départ de l'Hôtel de Ville, tous les jeudis, à 19 heures. Un bâtiment utilisé par le collectif Supermafia comme



Le Flux Cocoon sur la passerelle du Grand-Pont par les designers d'Allegory.

canaves de création, à l'aide de nouvelles technologies.

Pour Claude Petitpierre, directeur de Lausanne Tourisme: «Il est difficile de parler d'un retour immédiat, la première année pour la branche. Mais je félicite les auteurs pour cette réalisation concrète et suis persuadé de son influence à terme. D'ailleurs nous avons déjà d'excellents échos de groupes de touristes séduits.»

Helene Druey, city manager, entend aussi des avis enthousiastes: «Les gens se réjouissent de découvrir la ville pendant les fêtes avec une animation différente. Evidemment certaines installations artistiques suscitent aussi des

avis contrastés.» La Fête des lumières de Lyon est une source d'inspiration: «Même si les commerçants veulent préserver un esprit de fête sans qu'une horde de monde bloque les rues.» Pour l'instant, cette manifestation conçue en quelques mois, au budget de 700 000 francs dont 65% d'argent public attire l'attention sur Lausanne, à une époque où la Riviera séduit.

Un souci écologique guide également les organisateurs. Puisque le festival est alimenté par de l'électricité d'origine renouvelable et les installations lumineuses réalisées grâce à des ampoules basse consommation.

«Magies viennoises» au bord du Léman

Ambiance d'Autriche pendant le mois de mars au Beau-Rivage Palace de Genève. Qui célèbre ainsi le **175e anniversaire de l'impératrice Sissi**.

Le Beau-Rivage Palace de Genève célèbre de manière lumineuse le 175ème anniversaire de la naissance de Sissi, l'impératrice Elisabeth d'Autriche. Les festivités se sont ouvertes la semaine dernière avec une «Fête des Lumières».

MICHEL BLOCH

Ambiance comme à la cour de Vienne
Carrosse à l'entrée de l'hôtel, danseurs costumés, ambiance digne des plus grands moments de la cour de Vienne; voilà ce qui



Des décorations en l'honneur de l'empératrice Sissi.

attendait les visiteurs. «Les majestueux salons de l'hôtel constituent l'écrin idéal pour une telle animation», précise Esthel Brunschwick, directrice marketing & communication de l'hôtel, qui souligne que le «Beau-Rivage a voulu recréer la magie viennoise au cœur de Genève».

Des plats préparés par Dominique Gauthier

Quant aux convives, ils se sont régala en musique des plats préparés par le Chef Dominique



Dominique Gauthier, chef au Beau-Rivage Palace.

Gauthier, tout en dégustant les vins sélectionnés par le sommelier Vincent Debergé. La visite de la célèbre suite Sissi admirablement restaurée a permis aux visiteurs de poursuivre leur voyage.

«Les fêtes de fin d'année constitueront autant d'événements somptueux à l'occasion desquels le Chef et sa brigade élaboreront des menus uniques», conclut Esthel Brunschwick face au portrait de la célèbre princesse que l'on s'attendrait presque à voir surgir dans le couloir.

Un parcours: de la Riviera à la capitale

Harry John (photo) prendra la tête au premier janvier 2013 de la nouvelle structure BE! Tourismus SA. Il a dirigé pendant onze ans



ad

Montreux Vevey Tourisme, puis passé quelques mois comme CEO de Swiss Ice Hockey. Il est membre du jury du Milestone. **Daniel Suter** du conseil d'administration de BE! Tourismus se réjouit d'accueillir quelqu'un avec d'aussi grandes compétences dans le monde du tourisme.

Les gens

De l'emploi temporaire au tourisme



Idd

Françoise Gri deviendra CEO du Groupe Pierre et Vacances Center Parcs, en janvier 2013. «Je me réjouis de mettre mes connaissances à disposition d'un groupe qui est constamment parvenu à mettre en application des idées novatrices», a déclaré l'ex-présidente du Manpower Group pour la France et l'Europe du Sud. Le Groupe Pierre et Vacances Center Parcs occupe une position dominante sur le marché du tourisme de proximité européen.

Je, set, mousse et bulles

Roger Federer devient le nouvel ambassadeur de la maison Moët & Chandon. Le champion de tennis prendra une place cen-



trale dans la nouvelle campagne publicitaire qui sera dévoilée en 2013. «Etre ambassadeur pour cette marque est plus qu'un simple honneur c'est une invitation à prendre part à une tradition très glamour.» DJ **Bob Sinclar** a composé la musique de la vidéo qui présente l'ambassadeur. aca

Hôtel sociologique de demain

Il a été lancé en fanfare lundi dernier, à Genève. Devant 800 personnes venues découvrir, l'**N'VY** du groupe Manotel. Un quatre étoiles supérieur qui se destine à la clientèle du futur.

Arty Cosy Trendy. La signature du N'VY secoue les ménages. Trois mots qui claquent, qui riment et qui visent à résumer l'ambition et l'atmosphère de ce nouveau quatre étoiles supérieur de 143 chambres qui remplace feu l'Epsom. Un petit dernier pour lequel le groupe genevois Manotel n'a pas hésité à investir 15 millions.

Lundi dernier, dans la cohue d'une fête d'inauguration bondée, près de 800 personnes avaient répondu positivement à l'invitation, Paul E. Muller explique le concept du N'VY: «Dès 2015, la génération



Stéphanie Daniyal, Omar Daniyal, propriétaire de Manotel, **Pierre-François Unger**, prés. conseil d'Etat, **Paul E. Muller**, prés. de Manotel.

architecte.» Peinture murale d'artistes reconnus, murs couverts de graffiti, musique de DJ (assez discrète), les espaces publics respirent et sont ouverts les uns sur les autres. «Interconnectés» dirait un membre de la génération Y. an

PROFIL

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

GESAMT-AUFLAGE
40.000

Nr. 29 · 6. Dezember 2012

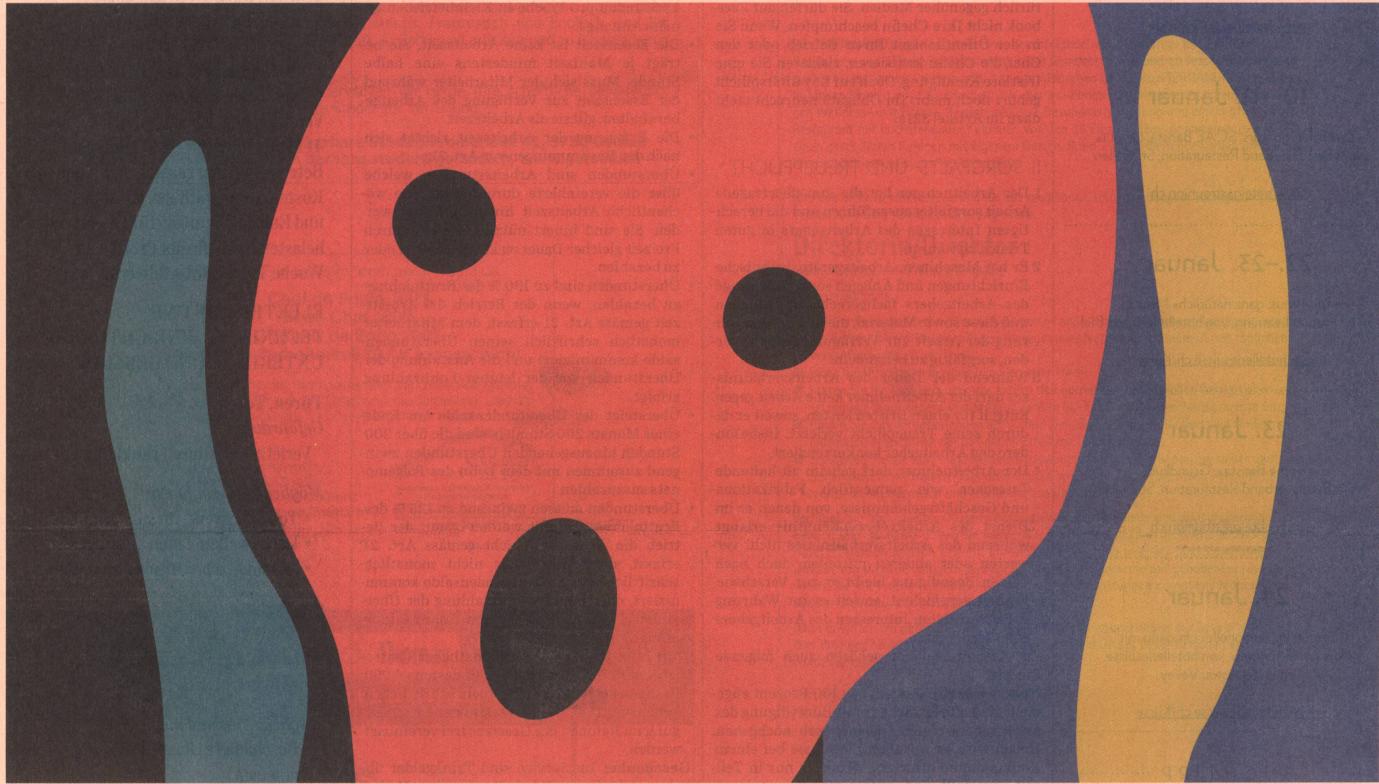
htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



KEINE ANGST VOR DER ANGST

Wie Angst sich anfühlt, wissen wir alle. Nur, warum haben wir Angst – vor dem Fliegen, dem Zahnarzt, dem öffentlichen Reden? Macht das wirklich Sinn, oder wäre es nicht besser, unser Angstprogramm ein für alle Mal loszuwerden?

Ängste sind keineswegs auf die leichte Schulter zu nehmen. Denn obwohl diese vordergründig betrachtet wenig Sinn machen, leiden die Betroffenen massiv darunter. Ein Leben frei von Angst erscheint deshalb vielen Menschen als das höchste Ziel. Das ist aber ein Irrtum: Erstens ist Angstfreiheit nicht gleichbedeutend mit Glück. Und zweitens ist es gar nicht erstrebenswert, völlig frei von Angst zu sein.

Angst gehört wie Liebe zu den absolut zentralen Emotionen. Ohne Angst würden wir genauso sterben wie ohne Liebe. Angst bewahrt uns davor, potenziell lebensgefährliche Dinge zu wagen. Sie hat also eine sehr zentrale Bedeutung für unsere Existenz.

Deshalb ist das Angstprogramm unseres Körpers auch hocheffizient. Sobald unser Unterbewusstsein eine Situation oder ein Ereignis als gefährlich einstuft, wird der Angstbefehl herausgegeben, die entsprechenden Hormone ausgeschüttet und der Körper auf Flucht oder Kampf vorbereitet.

Das alles geschieht blitzschnell und ist schon in vollem Gang, bevor die Angst uns bewusst wird. Dieses blitzschnelle Umsetzen des Schutzsystems Angst hat grosse Vorteile, wenn wir einer wirklich gefährlichen Situation gegenüberstehen. Wir halten uns nicht lange mit Überlegen auf, ob wir wohl in Gefahr sind oder nicht. Wir sind unmittelbar bereit, für unser Leben zu kämpfen oder um dieses zu laufen. Dieses Programm hat dafür gesorgt, dass unsere Vorfahren die Angriffe wilder Tiere und menschlicher Feinde überlebten und letztlich dafür, dass wir alle geboren wurden. Dieses alte und hochkomplexe Angstprogramm wollen wir also gar nicht loswerden. Unser Unterbewusstsein arbeitet zwar sehr schnell und wirkungsvoll, ist aber auch fehleranfällig:

Manchmal muss man ihm auf die Sprünge helfen, wenn es in seinem Eifer mal gründlich danebenliegt. Und genau darum geht es bei ganz vielen Ängsten. Während früher die Angst vor einem Säbelzahntiger oder einer Horde wilder Krieger durchaus Sinn machte, sind die heute verbreiteten Ängste oft auf eine Fehleinschätzung unseres Unterbewusstseins zurückzuführen. Gut zu wissen, dass es vielfältige Methoden gibt, dem Unterbewusstsein seine Irrtümer aufzuzeigen und unbegründete Ängste aufzulösen. Manche dieser Methoden kann man einfach erlernen und im Selbstcoaching anwenden. Für andere benötigt man die Hilfe von Spezialisten.



Dr. med. Ursula Pfister
DOC PFISTER
Praxis für energetisches Mentaltraining
und Stressmanagement, Zürich

Weiterbildung aktuell

Unser Weiterbildungsangebot finden Sie hier:
www.hoteleriesuisse.ch/weiterbildung



Gesucht: Bistrotisch
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hoteleriesuisse

Für nur 150.- Franken können Sie hier ein

Stelleninserat schalten

Direkte Online - Erfassung unter:
www.htr.ch/jobdispo
htr hotel revue - Tel. 031 370 42 42/77

AGENDA

11. Dezember

«Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus – Stufe I», von hotelleriesuisse, im Hotel Freienhof, Thun

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

7.-11. Januar

«Ausbildungskurs für Berufsbildner/-innen in Lehrbetrieben», vom Schweizer Kochverband, Weggis

www.hotelgastrounion.ch

10.-11. Januar

«Zertifizierungskurs, SCAE Barista, Level 1», vom Berufsverband Restauration, St. Gallen

www.hotelgastrounion.ch

22.-23. Januar

«Tourismus, ganz natürlich» Modul I, SANU future Learning, von hotelleriesuisse, Biel

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

23. Januar

«Home Barista», Grundkurs, vom Berufsverband Restauration, St. Gallen

www.hotelgastrounion.ch

24. Januar

«Input: Professioneller Umgang mit Hotelbewertungen», von hotelleriesuisse, im Hotel Astra, Vevey

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

BUCHTIPP



DIE RECHTE BEI KÜNDIGUNG UND ARBEITSLOSIGKEIT

In der letzten Woche war das Hauptthema im «Profil» die Arbeitslosigkeit. Das Gastgewerbe hat von allen Branchen die höchste Arbeitslosenrate. Dies ist unter anderem auf Saisonbetriebe und häufige Stellen- und Wirtwechsel zurückzuführen. Zu diesem Thema gibt es ein Buch vom Verlag Beobachter. Dabei geht es einerseits um die Kündigung. War diese korrekt? Wie verhalte ich mich während der Kündigungsfrist? Andererseits um die Rechte und Pflichten bei einer allfälligen Arbeitslosigkeit. Wie hoch ist mein Taggeld? Was bedeuten Begriffe wie Rahmenfrist, Einstelltag oder Zumutbarkeit? Dieser Ratgeber bietet aktuelle und fundierte rechtliche Informationen, praktische Anleitungen, Mustervorlagen und viele Tipps, die helfen, alle Fragen zu beantworten.

«Job weg? So geht es weiter», Verlag Beobachter, von Imrtraud Bräunlich Keller

ISBN 978-3-85569-447-1 - CHF 24.00

ZITAT DER WOCHE

«Ein gutes Mittel gegen die Managerkrankheit:
Stecke mehr Zeit in deine Arbeit als Arbeit in deine Zeit»

Friedrich Dürrenmatt

ARBEITSSICHERHEIT

Jährlich ereignen sich in unserer Branche über 13.000 Berufsunfälle. Das entspricht 78 Unfällen pro 1.000 Vollbeschäftigte. Die dadurch verursachten Kosten bei den Versicherungen belaufen sich auf über 41 Millionen Schweizer Franken. Die Betriebe werden zusätzlich mit hohen Kosten für Ausfalltage, Ersatzpersonal und Entschädigungen für Überstunden belastet. Deshalb gibt Profil jede Woche Tipps zur Unfallverhütung.

ELEKTRISCHE UND TECHNISCHE EINRICHTUNGEN, UNTERHALT UND GEBAUDE

Türen, Tore
Gefährdung:
Verletzungen durch Einklemmen

Mögliche Massnahmen:

- Tofmannsteuerung installieren
- Druckwellenleisten anbringen
- Automatische Öffnung installieren

Gefährdung:
• Schnittverletzungen durch beschädigte Glasfüllungen oder fehlende Markierungen

Mögliche Massnahmen:

- Beschädigte Glasfüllungen ersetzen
- Glastüren mit Markierungen versehen, z. B. Querbalken
- Sicherheitsglas verwenden (ESG)

Fenster

Gefährdung:
• Abstürzen

Mögliche Massnahmen:

- Sichere Steighilfen benutzen und geeignete Zugänge schaffen
- Geeignete Hilfsmittel, zum Beispiel Teleskopwischer, einsetzen
- Bei Unterhalts- und Reinigungsarbeiten Absturzsicherung einsetzen
- Nur instruiertes Personal einsetzen

Abgehängte Decken

Gefährdung:
• Verletzungen durch herabstürzende Deckenplattenelemente

Mögliche Massnahme:

- Nach Reinigung und Unterhaltsarbeiten Deckenplatten wieder sicher einklinken

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

SIE DÜRFEN IHREM BETRIEB NICHT SCHADEN

Gerade hat der FC Zürich seinen Trainer Rolf Fringer entlassen und ihm auch geschäftsschädigende Äußerungen vorgeworfen. Da dies ein Kündigungsgrund sein kann, ist es gut zu wissen, was Treuepflicht ist.

Als Wichtigstes gilt: Sie dürfen nicht vor Gästen oder bei Lieferanten über Ihren Betrieb schlecht reden. Dasselbe gilt natürlich gegenüber Medien. Sie dürfen auf Facebook nicht Ihre Chefin beschimpfen. Wenn Sie in der Öffentlichkeit Ihren Betrieb oder den Chef/die Chefin kritisieren, riskieren Sie eine fristlose Kündigung. Doch zur Loyalitätspflicht gehört noch mehr. Im Obligationenrecht steht dazu im Artikel 321a:

II. SORGFALTS- UND TREUEPFLEIT

1 Der Arbeitnehmer hat die ihm übertragene Arbeit sorgfältig auszuführen und die berechtigten Interessen des Arbeitgebers in guten Treuen zu wahren.
2 Er hat Maschinen, Arbeitsgeräte, technische Einrichtungen und Anlagen sowie Fahrzeuge des Arbeitgebers fachgerecht zu bedienen und diese sowie Material, die ihm zur Ausführung der Arbeit zur Verfügung gestellt werden, sorgfältig zu behandeln.

3 Während der Dauer des Arbeitsverhältnisses darf der Arbeitnehmer keine Arbeit gegen Entgelt für einen Dritten leisten, soweit er dadurch seine Treuepflicht verletzt, insbesondere den Arbeitgeber konkurriert.
4 Der Arbeitnehmer darf geheim zu haltende Tatsachen wie namentlich Fabrikations- und Geschäftsgeheimnisse, von denen er im Dienst des Arbeitgebers, Kenntnis erlangt, während des Arbeitsverhältnisses nicht verwerten oder anderen mitteilen; auch nach dessen Beendigung bleibt er zur Verschwiegenheit verpflichtet, soweit es zur Wahrung der berechtigten Interessen des Arbeitgebers erforderlich ist.

Zur Loyalitätspflicht gehören auch folgende Punkte:

Nebenerwerb: Wenn Sie zu 100 Prozent angestellt sind, dürfen Sie nur mit Einwilligung des Arbeitgebers einem Nebenerwerb nachgehen. Heikel wird es vor allem, wenn sie bei einem Konkurrenten arbeiten. Wenn Sie nur in Teilzeit angestellt sind, dürfen Sie einer anderen Tätigkeit nachgehen. Sie benötigen dazu aber die Erlaubnis beider oder aller Arbeitgeber.

Überstunden: Sofern es notwendig ist und keine Hilfskräfte vorhanden sind, kann Ihr Chef von Ihnen Überstunden verlangen. Sie müssen aber im Rahmen des Zumutbaren liegen.

Im Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV) des Gastgewerbes steht im Artikel 15 dazu:

- Die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit mit Einschluss der Präsenzzeit beträgt

für alle gastgewerblichen Mitarbeiter höchstens 42 Stunden pro Woche, 43,5 Stunden pro Woche in Saisonbetrieben gemäß Anhang 1, 45 Stunden pro Woche in Kleinbetrieben gemäß Anhang 1.

• Die Essenszeit ist keine Arbeitszeit. Sie beträgt je Mahlzeit mindestens eine halbe Stunde. Muss sich der Mitarbeiter während der Essenszeit zur Verfügung des Arbeitgebers halten, gilt sie als Arbeitszeit.
• Die Erfassung der Arbeitszeit richtet sich nach den Bestimmungen von Art. 21.
• Überstunden sind Arbeitsstunden, welche über die vereinbarte durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit hinaus geleistet werden. Sie sind innerhalb nützlicher Frist durch Freizeit gleicher Dauer zu kompensieren oder zu bezahlen.
• Überstunden sind zu 100 % des Bruttolohnes zu bezahlen, wenn der Betrieb die Arbeitszeit gemäß Art. 21 erfasst, dem Mitarbeiter monatlich schriftlich seinen Überstundensaldo kommuniziert und die Auszahlung der Überstunden vor der letzten Lohnzahlung erfolgt.
• Übersteigt der Überstundensaldo am Ende eines Monats 200 Stunden, sind die über 200 Stunden hinausgehenden Überstunden zwangsläufig zusammen mit dem Lohn des Folgemonats auszuzahlen.

• Überstunden müssen zwingend zu 125 % des Bruttolohnes bezahlt werden, wenn der Betrieb die Arbeitszeit nicht gemäß Art. 21 erfasst, dem Mitarbeiter nicht monatlich schriftlich seinen Überstundensaldo kommuniziert, oder wenn die Auszahlung der Überstunden erst mit der letzten Lohnzahlung erfolgt.

• Mit Mitarbeitern, deren monatlicher Bruttolohn ohne 13. Monatslohn mindestens 6.750 Franken beträgt, kann in einem schriftlichen Arbeitsvertrag die Überstundenentschädigung im Rahmen des Gesetzes frei vereinbart werden.

Geschenke: Im Service sind Trinkgelder üblich und dürfen auch behalten werden. Heikel wird es, wenn der Betrag das übliche Trinkgeld weit übersteigt, oder wenn Sie Geschenke von Lieferanten annehmen. Da besteht die Gefahr, dass Sie nicht mehr die Interessen Ihres Chefs wahrnehmen. Deshalb müssen Sie es dem Chef melden.

Gegenstände privat nutzen: Ohne Einwilligung des Chefs verstößt die private Nutzung von Gegenständen, die dem Betrieb gehören, ebenfalls gegen die Treuepflicht.

Mario Gsell

AUS DER SCHULE

LERNRESISTENTE CHEFS?

Bis wir 20 sind, haben wir viel gelernt: Wir lernen Laufen, Sprechen, Lesen und Rechnen. Algebra und Englisch. Pläne machen und umsetzen. Wir lernen Waschen und Bügeln. Velofahren, Skifahren und Tanzen. Musik machen und Fußball spielen. Wir lernen Straßen zu überqueren, ohne überfahren zu werden, und, dass man (frau) manchmal nicht alles sagen sollte ... was sind wir doch für lernfähige Menschen!

Und da sollten wir nicht lernen können, wie das geht mit dem Führen von Menschen? Ich kann das – angesichts dieser fulminanten Lernfähigkeit – gar nicht glauben. Natürlich gibt es beim Führen sowie beim Klavierspielen Menschen mit mehr und Menschen mit weniger Talent. Doch auch die mit hoher Begabung müssen die Grundtechniken erlernen. Es braucht Grundfertigkeiten, die trainiert und geübt werden müssen. Dabei wäre das Erlernen von Führungskompetenz so wichtig. In einer Umfrage der Uni Bochum äußerten sich 56 % der be-

fragten Mitarbeitenden negativ über ihren Vorgesetzten. Es zeigte sich sogar, dass die Zufriedenheit der Mitarbeitenden doppelt so stark vom Chef abhängt wie vom wahrgenommenen eigenen Erfolg. Höchste Zeit also, die Lernkurve auf die Führungskompetenzen zu lenken, um zu schauen, was noch gelernt werden kann.

Daniel Coleman nennt sechs Eigenschaften, über die eine erfolgreiche Führungskraft verfügen sollte: Ein guter Chef ist visionär, coachend, gefühlorientiert, demokratisch, befehlend und fördernd. Zumindest vier davon, so meint er, müssen Sie als Chef beherrschen, damit Sie, entsprechend der jeweiligen Situation, auch situationsgerecht handeln können. Wie viele wenden Sie schon an? Haben Sie schon vier in Ihrem Führungssrepertoire? Wenn nein, dann kennen Sie Ihr nächstes Ziel! Viel Spaß und viel Erfolg beim Lernen und Anwenden.

Andrea Gander
Beraterin für Führung und Organisation
Dozentin für Führung an der Hotelfachschule Thun

GSTAAD®

COME UP – SLOW DOWN

Gstaad Saanenland Tourismus, die Marketing- und Dienstleistungsorganisation einer der renommiertesten Ferienregionen der Schweiz, sucht per Januar oder nach Vereinbarung eine/n

Sales Manager/in

In dieser anspruchsvollen Kaderfunktion sind Sie in enger Zusammenarbeit mit der Leiterin Marketing für die Umsetzung des Sales-Konzepts verantwortlich. Sie übernehmen die direkte Marktbearbeitung in den definierten Zielmärkten und Gästesegmenten, arbeiten eng mit den Partnern vor Ort und in den Märkten zusammen. Dazu sind Sie für das MICE-Segment zuständig.

Sie sind eine engagierte, integre und gut organisierte Persönlichkeit mit einem gewinnenden Auftreten und Erfahrung in einer vergleichbaren Position in der Tourismusbranche. Sie besitzen ein gut funktionierendes Netzwerk und fundierte Branchenkenntnisse sowohl im Tourismus als auch in Sales und Marketing. Komplexe Zusammenhänge stellen Sie ebenso wenig vor Probleme wie Geschäftspartner aus verschiedenen Branchen und Kulturen. Zu Ihren Stärken zählen selbständiges und zielerichtetes Arbeiten, Durchsetzungsvormögen sowie hohe Lösungs- und Dienstleistungsorientierung. In Deutsch, Französisch und Englisch sind Sie verhandlungssicher. Dazu kommt die Bereitschaft, in Gstaad zu arbeiten und zu Reisetätigkeit in Europa und Übersee.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Barbara Studer zur Verfügung.

**Gstaad Saanenland Tourismus, Barbara Studer, Promenade 41, 3780 Gstaad
Telefon 033 748 81 81, E-Mail: barbara.studer@gstaad.ch, www.gstaad.ch**

Starten Sie in unserem Team per 1. 1. 2013 als

Chef de Partie 100%
Sous-Chef 100%
Commis de Rang 100%
Servicemitarbeiterin 3 TG/W Tagesschicht

Wir freuen uns auf motivierte und initiative Berufsleute, die mit Freude in der Gastronomie arbeiten und ihr gelerntes Handwerk für unsere Gäste einsetzen.

Restaurant Kuonimatt
Monika & Thaler
Industriestrasse 9, 6010 Kriens
www.restaurant-kuonimatt.ch



24771-9447

Müntener & Thomas

Personalsuche und Kaderselektion



Golf Club Alvanee Bad

Inmitten wunderschöner Bergidylle auf 900 m.ü.M. im Albatalal liegt Alvanee Bad. Die Landschaft ist lieblich und das Klima mild. Der 18-Loch Golfplatz zählt zu den schönsten und wurde schon mehrfach ausgezeichnet. Ein Heilbad mit Wellnessanlage sowie zwei Restaurationsbetriebe runden das touristische Angebot ab. Im Auftrag des Verwaltungsrats suchen wir eine dienstleistungsorientierte und loyale Persönlichkeit als

Betriebsleiter/in Golfclub

Die Hauptaufgaben

In dieser Kaderfunktion sind Sie direkt dem Golfclub-Präsidenten unterstellt und verantwortlich für die organisatorische, personelle und administrative Führung des Golf- und Badebetriebs mit über 50 Angestellten. Zu Ihrem Pflichtenheft zählen im Weiteren die Organisation und Leitung von Turnieren, Veranstaltungen; Betreuung der Mitglieder und Sponsoren; diverse Marketingaufgaben sowie Neukunden-Akquisition.

Das Anforderungsprofil

Diese kundenorientierte Aufgabe möchten wir einer führungserfahrenen Gastgeberpersönlichkeit mit fundierten kaufmännischen Grundkenntnissen und Freude am Golfsport anvertrauen. Praxis und eine höhere Ausbildung im Umfeld Tourismus/Hotellerie/Dienstleistungsmarketing sind von Vorteil. Solide betriebswirtschaftliche Kenntnisse, gute Kommunikationsfähigkeiten sowie ein natürlich-sicheres Auftreten runden Ihr Profil ab.

Das Angebot

Es erwarten Sie eine vielseitige Jahresanstellung in einem einzigartigen Golf- und Badezentrum, ein motiviertes Team sowie attraktive Anstellungsbedingungen.

Ihre Kontaktperson

Für weitere Informationen steht Ihnen unsere Personalberaterin Bettina Schweizer gerne zur Verfügung. Sie freut sich auf Ihren Anruf oder Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen per E-Mail (b.schweizer@job-online.ch) oder Post. Für **Discretion und Kompetenz** bürgt unser Name.



Müntener & Thomas Personal- und Unternehmensberatung AG
Hartbergstrasse 9, CH-7002 Chur, Telefon +41 81 257 15 00, info.chur@job-online.ch

24749-9434

Aeschiried Ferienzentrum

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

Wir suchen per 1. März 2013 oder nach Vereinbarung eine/n
Gastgeber/in 100% oder Gastgeber-Ehepaar

sowie

Stellvertretung der Betriebsleitung (70%)

Sie leiten den Gesamtbetrieb und finden bei uns eine sehr vielseitige und abwechslungsreiche Führungsposition als Ganzjahressstelle.

Detaillierte Informationen finden Sie auf www.ferienzentrum-aeschiried.ch

24687-9423

Tertianum Gruppe

Die TERTIANUM Gruppe trägt als einer der erfolgreichen Marktführer mit 16 TERTIANUM Residenzen und 5 Perlavita Standorten in der Deutschschweiz und im Tessin entscheidend zur Verbesserung der Lebensqualität älterer Menschen bei. Unsere TERTIANUM Parkresidenz in Meilen besteht aus 56 exklusiven 1½- bis 3½-Zimmer-Appartements, einem grosszügigen Wellness- und Fitness-Bereich inklusive Gesundheitsberatung und einem öffentlichen Restaurant mit hochstehender Kulinarik. Von den 25 Einzel-Pflege-Appartements bieten 7 einen geschützten Rahmen mit eigenem Garten. Rund 75 Mitarbeitende sorgen umfassend für das Wohlbefinden der Residenzgäste.

Im Zuge einer Nachfolgeregelung für das langjährige Leitungs-Ehepaar suchen wir per 1. Mai 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Direktorin/Direktor

(auch offen für ein Leitungs-Ehepaar)

In dieser Aufgabe

- positionieren Sie Ihr im Premium-Segment angesiedelte Residenz Zielgruppengerecht in der breiten Öffentlichkeit, pflegen Ihr regionales Netzwerk und steuern den täglichen Verkaufsprozess aktiv;
- leben Sie Ihr Gastgeberamt in vollendetem Form;
- führen Sie die Residenz operativ, stellen den betriebswirtschaftlichen Erfolg sicher und setzen mit Ihren Kadern und Mitarbeitenden die TERTIANUM-Geschäftsprozesse um;
- führen Sie Ihre Mitarbeitenden als Vorbild ziel- und leistungsorientiert und fördern sie individuell hinsichtlich der optimalen Erfüllung Ihrer Aufgaben;
- erarbeiten Sie die Kurz- und Mittelfristplanungen, stellen das Reporting sicher und arbeiten eng mit den Gruppen-Supporteinheiten wie Qualitätsmanagement, Personalmanagement, Rechnungswesen und Marketing zusammen.

Verfügen Sie über eine qualifizierte Ausbildung in der Hotellerie und eine Weiterbildung im Bereich Management? Haben Sie während mindestens fünf Jahren ein 4- oder 5-Stern-Hotel erfolgreich operativ und mit Ergebnisverantwortung geleitet? Sind Sie erfahren im Verkauf von Dienstleistungen? Bewegen Sie sich gut und gerne auf gehobenem Niveau und wollen Sie mit Freude qualitativ hochstehende Dienstleistungen erbringen? Mögen Sie den direkten Kunden- und Mitarbeitendenkontakt?

Dann erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto brieflich auf dem Postweg bis zum 31. Dezember 2012 an Winfried Giese, Leiter Personal, an untenstehende Adresse.

TERTIANUM AG · Seminarstrasse 28 · 8042 Zürich
Tel. 043 544 15 15 · www.tertianum.ch

24769-9445

PRIVÀ

ALPINE LODGE LENZERHEIDE

Inmitten dem Ferienparadies Lenzerheide entsteht derzeit Aussergewöhnliches: Am Fusse des Rothorns öffnet im Sommer 2013 eine exklusive Resortanlage mit 456 Betten in 96 Apartments und Chalets, direkt an der Skipiste (in/out). Eine perfekte Infrastruktur mit Rezeption, innovativer Gastronomie, Sportshop, Skischule, Hallenbad, Fitness und Kinderclub steht den Schweizer und internationalen Gästen offen.

Für den Aufbau unserer Stammbelegschaft suchen wir aussergewöhnliche Mitarbeiter im Jahrespensum.

Resort-Manager

1. April 2013

Reservation/Rezeption

1. Mai 2013

Haustechnik

1. April 2013

Housekeeping

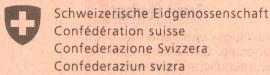
1. Juni 2013

Wir bieten Ihnen eine vielseitige Aufgabe in einem spannenden Umfeld. Detaillierte Informationen finden Sie unter www.privalodge.ch.

Wir freuen uns auf Ihr komplettes Bewerbungsdossier und stehen Ihnen für Fragen gerne zur Verfügung. Daniel Renggli, Tel. 044 533 50 43

PRIVÀ Alpine Lodge
c/o Kohl & Partner (Schweiz) AG — Thurgauerstrasse 72 — 8050 Zürich
daniel.renggli@privalodge.ch — www.privalodge.ch

24778-9454



Schweizerische Eidgenossenschaft

Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Verpflegung in der Bundesverwaltung

Im neuen **Verwaltungszentrum Campus Areal Liebefeld, 3003 Bern**, werden ab Anfang 2015 rund 1200 Personen arbeiten. Für die Mittags- und Pausenverpflegung suchen wir einen**Betreiber des Personalrestaurants**

Die Betriebsführung hat zu den Bedingungen des Vermietungs- und Betriebskonzeptes für die Verpflegungsräume in der Bundesverwaltung zu erfolgen.

Sind Sie interessiert? Für detaillierte Unterlagen wenden Sie sich bitte an

Bundesamt für Gesundheit
Projektkonzept Neubau
Fabienne Kälin
Schwarzenburgstrasse 165
CH-3003 Bern
Telefon 031 322 55 49

fabienne.kaelin@bag.admin.ch

**Gehen Sie mit uns auf Erfolgskurs:**

Als grösste Vertriebspartnerin der amerikanischen Wyndham Hotel Group, des weltweit grössten Hotelfranchisegebers, zeichnen die Hospitality Alliance AG in Deutschland und die TREFF Hotel Verwaltungs AG in der Schweiz exklusiv für die Entwicklung der Marke RAMADA und deren Subbrände (RAMADA PLAZA, RAMADA Resort, RAMADA encore) verantwortlich.

Zum nächstmöglichen Zeitpunkt suchen wir:**Drei Regional Sales Manager Switzerland (m/w)
Region Basel, Region Innerschweiz, Region Zürich****Ihr Aufgabenbereich:**

- Als Regional Sales Manager sind Sie für die umsatzorientierte Betreuung und Beratung von aktiven Corporate- und MICE-Kunden verantwortlich
- Akquisition von neuen Kunden im Bereich Corporate Sales & MICE
- Planung und Durchführung von Verkaufstätigkeiten und Kundenveranstaltungen
- Sie analysieren regelmässig die Verkaufszahlen und steuern proaktiv die Umsatzsteigerung der Vertriebspartner
- Administrative Aufgaben (RFP-Handling, Reporting, Korrespondenz, Pflege von Datenbanken usw.)

Ihr Profil:

- Abgeschlossene Berufsausbildung im Hotelfach/Touristikbranche oder Studium mit Schwerpunkt Tourismus
- Berufserfahrung in ähnlicher Position im Bereich Corporate/MICE
- Sie sind flexibel und mobil (Führerschein Klasse B)
- Ausgeprägte Kommunikationsstärke sowie Ziel- und Ergebnisorientierung
- Sie verfügen über gute Englischkenntnisse
- Eine überzeugende Persönlichkeit mit Ausstrahlung und Kontaktstärke runden Ihr Profil ab

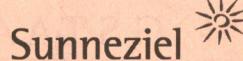
Wir bieten:

- Ein interessantes, abwechslungsreiches und vielseitiges Aufgabengebiet
- Selbstständiges Arbeiten
- Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten
- Karrieremöglichkeiten weltweit
- Leistungsgerechte Bezahlung

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen inklusive frühestmöglichen Eintrittstermins.

Ansprechpartner für dieses Stellenangebot:TREFF HOTEL Verwaltungs AG
Manuel Kronenberg
Regional Director of Sales RAMADA GERMANY & SWITZERLAND
Postfach
4005 Basel
Tel. +41 (0)61 664 64 42
manuel.kronenberg@ramada-treff.ch
www.ramada-treff.ch

24771-9447



Seniorencenter Sunneziel, Meggen

Wir suchen versierte/n

Koch/Köchin

Weitere Informationen unter

www.sunneziel.ch

24756-9439

Pächter – Restaurant Frohsinn

Ein sehr schönes Restaurant in Bözen AG sucht einen dynamischen Pächter oder ein Pächterpaar mit viel Eigeninitiative und unternehmerischem Handeln für den Aufbau eines einzigartigen Restaurants mit mediterraner Küche. Gemeinsam mit dem Eigentümer schaffen Sie eine fröhliche, warme Atmosphäre, in der das Essen frisch, gesund und gut ist.

Das Restaurant befindet sich in einer schönen, ruhigen Lage in Bözen im Kanton Aargau und kann sowohl aus Basel wie auch aus Zürich gut erreicht werden.

Das Restaurant hat insgesamt zirka 160 Plätze, 100 Innenplätze und für den Sommer eine schöne Gartenwirtschaft.

Es besteht die Möglichkeit, in der Liegenschaft Wohnungen zu mieten.

Wir suchen:

- Abgeschlossene Ausbildung in der Hotellerie/Gastronomie
- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Motivation, Kreativität, Professionalität und Leidenschaft

Wir bieten:

- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Motivation, Kreativität, Professionalität und Leidenschaft
- Große Unterstützung bei der Konzeptionierung

Kontakt: Ref. Restaurant Frohsinn in Bözen, Telefon 079 664 90 88.

24785-9459

taBerna
Gastro - Kultur AG

Das Restaurant Dampfzentrale gehört zu den Kultuhallen der Dampfzentrale und liegt direkt an der Aare auf dem Areal des Marzilibads. Durch seine einzigartige Atmosphäre und seiner innovativen, internationalen Küche ist das Restaurant auch außerhalb der Kulturszene bis weit über die Stadtgrenze bekannt und beliebt.

Für die Neueröffnung nach dem Pächterwechsel, suchen wir auf 15. Februar 2012:

- **Betriebsassistenten mit Option für Geschäftsführer**
- **Küchenchef**
- **Jungkoch/ Koch**
- **Servicemitarbeiter/in**

Auf Ihre schriftliche Bewerbung freuen sich Stefan Ruprecht und Michael Hersberger.

Taberna Gastro-Kultur AG
Gasstrasse 8, 3005 Bern
dampfzentrale@taberna.ch

24760-9441

24771-9447

**SENIORENRESIDENZ
TALGUT ITTIGEN**

Die Seniorenresidenz Talgut Ittigen bietet älteren Menschen ein Zuhause mit Komfort und Sicherheit. Zur Residenz gehören das interne Restaurant «Palmenaal» und das Spezialitätenrestaurant «Arcadia», welches vom Gault-Millau mit 13 Punkten ausgezeichnet wurde. Sowohl im «Palmenaal», wo täglich über 150 Bewohrende das Mittagessen einnehmen, als auch im «Arcadia» pflegen wir einen gediegenen, sorgfältigen und persönlichen Service.

Infolge Pensionierung der langjährigen Stelleninhaber suchen wir auf den 1. Februar 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in für das interne Restaurant «Palmenaal» (100%)

In dieser Kaderfunktion führen Sie die Servicebrigade und sind für eine Top-Service verantwortlich; Sie sind unsere Gastgeber/in. Sie zeichnen sich durch eine natürliche Freundlichkeit, grosse Einfühlungsvermögen, Geduld und Integrität aus.

Neben den nötigen Aus-/Weiterbildungen erwarten wir Erfahrung in der gehobenen Gastronomie, ein sehr hohes Qualitätsbewusstsein, viel Engagement und die Bereitschaft, mit anderen Bereichen der Residenz zusammenzuarbeiten. Sie sind flexibel und belastbar – angenehme Umgangsformen sind für Sie eine Selbstverständlichkeit.

Wir bieten Ihnen eine nichtalltägliche, spannende und doch konkrete Aufgabe in einem Umfeld, in dem Sie es schwierig haben mit älteren Menschen zu tun haben. Unser Arbeitsplatz ist dort mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Die Anstellungsbedingungen sind festschriftlich.

Haben wir Ihr Interesse für diese aussergewöhnliche Stelle geweckt?

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an die Seniorenresidenz Talgut Ittigen, Herr Walter Kunz, Leiter Gastronomie, Talgut-Zentrum 34, 3063 Ittigen.



Schloss Wartegg ist seit 14 Jahren ein für Qualität, Ambiance und Naturnähe bekanntes Haus. Unser Betrieb mit seinem englischen Park und dem grossen biologisch-dynamischen Garten (Pro Specie Rara Sortengarten) umfasst 25 Zimmer mit 44 Betten und vier Seminarräume. Das à-la-carte-Restaurant mit Terrasse und Bankettsaal bedient bis zu 70 Plätze. Unsere raffinierte Frischküche verbindet Genuss und sehr hohe Handwerkskunst mit Bioknospe-Produkten:

Wir suchen eine/n junge/n, initiativ

KÜCHENCHEFIN / KÜCHENCHEF
welche/r Kochkunst kreativ und mit Leidenschaft umsetzt.

Sie verfügen über die nötigen fachlichen Kenntnisse und mehrjährige Berufserfahrung in einer verantwortlichen Position. Ihr Herz schlägt für handwerkliche Kochtraditionen und Produkte mit Charakter, Slow Food und regionale Frischprodukte. Auch die vegetarische Küche ist Ihnen vertraut. Es bereitet Ihnen Freude, Kräuter und Zutaten im Garten zu pflücken und biologische Produkte zu verarbeiten. Sie besitzen ein hohes Empfinden für Qualität und Handwerk.

Ehrliche Partnerschaft im Umgang mit Menschen (Gäste, Team, Lieferanten) wie mit der Natur ist Ihnen ein Anliegen. Inspiriert von einmaligen Ambiente, von Park, Garten und Natur sowie mit der nötigen Professionalität setzen Sie die betrieblichen Vorgaben selbstständig und mit Eigenverantwortung und Weitsicht um.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige schriftliche Bewerbung mit Foto!

Imelda Senn & Peter Ottmann, Gastgeber

schlosswartegg

Das Bio-Schlosshotel am Bodensee

von Blarer-Weg | CH-9404 Rorschacherberg | Tel. 071 858 62 62
direktion@wartegg.ch | wartegg.ch

24774-9450

24770-9446

24752-9437

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

24752-9439

RESTAURANT DOKTORHAUS

frisch – natürlich – bekömmlich – gastlich – kommunikativ

Wir suchen per 1. Januar 2013 oder nach Vereinbarung erfahrene, gut ausgewiesene

Sous-Chef – stellvertretender Küchenchef

mit viel Sensibilität für Qualität & Kreativität

alle Aufgaben, welche in den Bereich eines Sous-Chefs und der Stellvertretung des Küchenchefs fallen.

Unsere Küche ist das Herz des Hauses und überzeugt unsere Gäste durch ein hohes Qualitätsniveau. Leicht, marktfrisch und phantasievoll präsentiert sich unsere Palette vom einfachen Tellergericht bis zum mehrgängigen Festessen.

Wir sind ein gastfreudlicher, moderner Restaurationsbetrieb mit Stil und Ambiance. Stadtnah und doch ländlich.

Ein Team von insgesamt 40 «Gastgewerbern» verwöhnt unsere Gäste in unseren Räumlichkeiten wie A-la-carte-Restaurant, Garten-Restaurants, Bar, grosses Saal sowie verschiedenen Banketträumen.

Bei uns fühlen sich Mitarbeiter und Gäste zuhause!

Für weitere Fragen oder Auskünfte stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung. Bitte Rita Essig oder Falk Richter verlangen (Tel. 044 830 58 22), siehe auch www.doktorhaus.ch

Interessiert? Wir freuen uns auf einen motivierten «Kochkünstler».

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung auch per Mail (info@dokthaus.ch)

Wirtschaft zum Doktorhaus, Alte Winterthurerstrasse 31, 8304 Wallisellen

Die Wohnbaugenossenschaft IGZZA sucht per sofort oder nach Vereinbarung für das betriebeigene Hotel Kronenhof in 8046 Zürich-Affoltern

zwei Jungköche

mit abgeschlossener Berufsausbildung
zur Verstärkung unseres Küchenteams

sowie

eine Réception-Mitarbeiterin

mit abgeschlossener Lehre und D-, E-, F-Sprachkenntnissen sowie MS-Office-Erfahrung

Wir bieten interessante Arbeitsplätze mit zeitgemässen Anstellungsbedingungen.

Gerne erwarten wir Ihre schriftlichen und vollständigen Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Initiativgenossenschaft
Zentrum Zürich-Affoltern
c/o Schädeli Gartenbau
Kügeliloostrasse 39
8046 Zürich

24702-9429

CAMPUS SURSEE

Seminarzentrum

EIN ORT FÜR KOPF, HERZ UND BAUCH.



Das CAMPUS SURSEE Seminarzentrum bietet über 50 modulare Seminar- und Gruppenräume, 400 Hotelzimmer, ein breites Gastronomieangebot in 4 Restaurants und einen multimedialen Konferenzsaal (bis 500 Personen) und ist eines der grössten Seminar- und Tagungszentren im Herzen der Zentralschweiz.

Das neue A-la-carte-Restaurant BAULÜT ist das gastronomische Aushängeschild. Mitten im Grünen. Für 100 Gäste. Dazu eine gemütliche Bar-Lounge mit Fumoir und natürlich eine Sommerterrasse (80 Plätze). Das Konzept: Bestes vom Holzkohlegrill, erlesene Weine, stilvolles Ambiente. Ein kreatives, regionales Speiseangebot, kombiniert mit Liebe zum Detail.

Öffnungszeiten: Mo – Sa, 11:15 – 14:00 Uhr und 17:00 – 24:00 Uhr (Bar: Do – Sa bis 02:00 Uhr)

Infolge NEUERÖFFNUNG stellen wir auf April 2013 ein neues Team zusammen.
Wir suchen:

Sous-Chef Küche (m/w)

100%

Köche (m/w)

Voll- und Teilzeit

Mitarbeiter Abwäscheri (m/w)

50% und 100%

Restaurationsfachleute

100% und Teilzeit (ca. 30%)

Chef de bar (w)

100%

Nähtere Informationen finden Sie unter
<http://seminarzentrum.campus-sursee.ch/portrait/jobs>

24761-9442

GASTROJOB.ch

Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

www.gastrojob.ch



Für einen grösseren Bäckereibetrieb in einer bestbekannten Feriendestination suchen wir einen

Geschäftsführer

Ihre Aufgaben:

- Personelle, administrative und fachliche Führung des Betriebes mit bis zu 40 Mitarbeitenden
- Begleitung der Produkte von der Entwicklung bis hin zum Verkauf
- Sicherstellung reibungsloser und effizienter Abläufe für sämtliche operativen Tätigkeiten

Anforderungen:

- Ausbildung als Bäcker-Konditor
- Berufs- und Führungserfahrung
- Unternehmerisches Denken
- Organisatorische Fähigkeiten
- Durchsetzungsfähigkeit
- Kenntnisse in: - Marketing und Verkauf
- Finanz- und Rechnungswesen
- Personalwesen
- Administration

Wir bieten Ihnen:

- Eine spannende, abwechslungsreiche Tätigkeit, bei der Sie Ihre Eigeninitiative täglich unter Beweis stellen können
- Ein starkes, aufgestelltes Team
- Fortschrittliche Arbeitsbedingungen
- Attraktiver Arbeitsort

Interessiert? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bitte an die proback AG. Bei Fragen stehen Ihnen Herr Bruno von Rotz oder Frau Lori Burkhalter gerne zur Verfügung (bitte Referenznummer 1207 angeben).

proback AG

Bäckerei-Konditorei-Services
Hasenmoosstrasse 31, 6023 Röthenburg

Tel. 041 289 87 87, info@probact.ch, www.probact.ch

24762-9444



STERBEN GRILL

Das Original vom Bellevue

Wo Tradition auf Moderne trifft!
Der stadtbekannte Sternen Grill wird neu mit einem bedienten, modernen Lokal im 1.OG ergänzt – dem Sternen Grill RESTAURANT.

Für die Neueröffnung im März 2013 sind noch interessante Stellen an engagierte Mitarbeiter mit guten Deutschkenntnissen zu vergeben:

SERVICE

– Voll- und Teilzeit

– Früh- und Spätschicht, z.T. mit Zimmerstunde

– ohne Inkasso

KASSE

– Voll- und Teilzeit

– Mittag- oder Abendschicht

KÜCHE

– Vollzeit

– mit Zimmerstunde

LINGERIE

– Teamleiterin Vollzeit (ab 1. Januar 2013)

– Mitarbeitende im 80%-Pensum

WIR BIETEN einen top organisierten Betrieb mit viel Tradition am Zürcher Bellevue.

Bist Du interessiert, im neuesten und modernsten Restaurant der Stadt Dein Können unter Beweis zu stellen?
Dann sende Deine Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Belgrill AG

Judith Krüttli

Theaterstrasse 22

8001 Zürich

jk@belgrill.ch

24760-9440

Die Stellenplattform
für Hotellerie,
Gastronomie und
Tourismus

JETZT
BUCHEN

SVIZZERA ITALIANA

Im Auftrag der TILAK suchen wir eine/n
Leiterin/Leiter der Zentralküche
 Landeskrankenhaus – Universitätskliniken Innsbruck

Die TILAK – Tiroler Landeskrankenanstalten GmbH – ist für die medizinische Versorgung der Tiroler Bevölkerung verantwortlich und stellt mit ca. 7500 MitarbeiterInnen den grössten Arbeitgeber Westösterreichs dar.

Wir wenden uns an Küchenchefs (m/w) mit nachgewiesener Managementerfahrung in einer grossen Gemeinschaftsgastronomie (**auf Basis des Cook & Chill-Verfahrens**). Es kommen Führungsfachleute aus dem Bereich Management und interne Organisation einer Grossküche mit mindestens fünfjähriger Berufserfahrung in Frage. Ausbildung und Erfahrung als Diätköchin/-koch sind von Vorteil.

Als **Küchenchefin bzw. Küchenmanagerin der Zentralküche** sind Sie für folgende Arbeitsergebnisse verantwortlich:

- Personelle und fachliche Führung, interne Organisation, Förderung und Betreuung von ca. 135 MitarbeiterInnen in 4 Abteilungen
- Optimaler Einkauf, Organisation und Produktion der täglich rund 6000 Essen für PatientInnen und MitarbeiterInnen in bester Qualität
- Sicherstellung und laufende Verbesserung einer bedürfnisgerechten, abwechslungsreichen und saisonalen Angebotsplanung
- Effizientes Kostenmanagement und Budgetdisziplin
- Umfassende Qualitätssicherung sowie lückenlose Einhaltung der HACCP-Hygienerichtlinien

Auf Sie wartet eine herausfordernde und spannende Führungstätigkeit in einem fachlich versierten, motivierten und gut eingespielten Team. Als Vertragsbedienstete/r des Landes Tirol geniessen Sie eine sichere Anstellung mit geregelter Arbeitszeiten (5-Tage-Woche).

Gemäss § 7 Tiroler Landes-Gleichbehandlungsgesetz 2005 laden wir ausdrücklich qualifizierte Frauen zur Bewerbung ein.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen und sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

ETB Edinger Tourismusberatung GmbH
 z. H. Frau Mag. Silvia Krahbichler
 Kaufmannstrasse 58, A-6020 Innsbruck
 Tel.: +43 (0)512/344 231-12; E-Mail: s.krahbichler@etb.co.at



Public Tender 17/2012

Selecting a Company to Rate Israeli Hotels

The Ministry of Tourism hereby seeks bids in order to select a company to assign ratings to the hotels in Israel, based on the Tourism Services Regulations (Hotels) of 5773 – 2012.

The tender documents may be viewed and downloaded from the Ministry website: www.tourism.gov.il or received through request only from the email address: rakefet@tourism.gov.il

24777-9453

STELLENVERMITTLUNGEN



Gastro Express

Die führende Stellenbörse für das Schweizer Gastgewerbe
www.gastro-express.ch

24401-9386

SUISSE ROMANDE

Restaurant à St-Cergue (VD)
 Cherchons: 1 Serveur(se)
 Bilingue, à plein temps, pour commencer le 01. 02. 2013.
 Sans permis s'abstenir!
 Uniquement par tél. 079 625 53 22

24710-9453

24782-9456

DIE GRÖSSTE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

IN DER SCHWEIZER HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND DEM TOURISMUS!

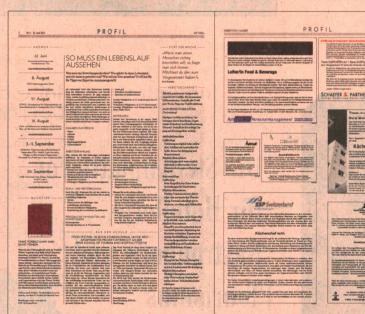
AUFLAGE
40.000

htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE &
GASTRONOMIE ZEITUNG

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



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

www.immoPROFIL.ch

www.stellenPROFIL.ch

Durchblick
Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

GASTROSUISSE
Für Hotellerie und Restauration

Fantasia
Fantastical

Perspektivkoch, Überschend, seit 1997.

6. bis 10. Januar 2013, Arosa
Anmeldung: www.gastrosuisse.ch

21030-8705

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

Das
Intensiv-
seminar

GASTROSUISSE

Der Schweizer Wein-Sommelier®
Kompetenz Weinwissen für GastroProfs

Termine: berufsbegleitend
Level 2: Start Frühling: 13.02.13, Start Herbst:
29.08.13; Level 3: Start Frühling: 25.03.13,
Start Herbst: 22.10.13

Weitere Informationen

Gastrosuisse, Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrosuisse.ch

21032-8699

Bauernfamilien in Guinea-Bissau stoppen den umweltschädlichen Phosphatabbau auf ihrem Land.

Mit Mut und Ihrer Unterstützung.
Danke, dass Sie per SMS 20 Franken spenden:
Mut 20 an 488.

TEWOW PC 30-303-5
www.swissaid.ch

SWISSAID
Ihr mutiges Hilfswerk.



Gratis-Insetat

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

**HOTELLERIE"
GASTRONOMIE ZEITUNG**

HERAUSGEBER
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union
Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE
htr hotel revue
Monbijoustrasse 130
3001 Bern
www.htr.ch

Hotellerie "et" Gastronomie Verlag
Adligenswilerstrasse 27
6006 Luzern
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

Nicole Kälin
Tel. 041 418 24 48
nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch

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

via Hotellerie "et" 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
inserate@immoProfil.ch

PREISE**Stellenanzeigen**

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31
Kaderubrik Stellen
s/w CHF 1.98
4-farbig CHF 2.53

Die Stellenanzeigen werden automatisch
gegen einen Aufpreis von CHF 50.00
eine Woche auf www.hoteljob.ch /
www.gastrojob.ch publiziert. Falls keine
Aufschaltung gewünscht wird, muss
dies bei der Auftragerteilung mitgeteilt
werden.

Aus- und Weiterbildung

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31

Immobilienanzeigen

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.76
4-farbig CHF 2.31

Die Immobilienanzeigen werden automatisch
gegen einen Aufpreis von CHF 50.00
während eines Monats auf www.htr.ch/
immobilien aufgeschaltet. Falls keine Auf-
schaltung gewünscht wird, muss dies bei
der Auftragerteilung mitgeteilt werden.
Die genauen Konditionen sind unter
www.stellenprofil.ch resp.
www.immoprofil.ch abrufbar

ANZEIGENSCHLUSS
Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

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

PRODUKTION
Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:
Hotellerie "et" Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION
Ringier Print Adligenswil AG, 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 Verwen-
dung der redaktionellen Inhalte bedarf der
schriftlichen Zustimmung durch die Re-
daktion. 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.

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

Die aktuelle wirtschaftliche Situation in Europa führt zu tieferen Übernachtungszahlen aus dem EU-Raum. Dagegen gibt es ein Mittel: Meetings, Incentives, Conventions und Events (MICE) sorgen für eine bessere Auslastung.

MIT MICE GEGEN DIE KRISE



KESTONE

Die aktuelle wirtschaftliche Situation in Europa führt zu tieferen Übernachtungszahlen aus dem EU-Raum. Dagegen gibt es ein Mittel: Meetings, Incentives, Conventions und Events (MICE) sorgen für eine bessere Auslastung.

Viele Schweizer Hoteliers klagen, anstatt zu agieren. Fakt ist, dass infolge der Frankenstärke und der Schuldenkrise die Gäste aus dem EU-Raum unser Land meiden. Der Abschwung des Vorjahrs konnte noch nicht gebremst werden. Gemäss der aktuellsten Beherbergungsstatistik des BFS ging in der Periode von Januar bis September 2012 die Zahl der Logiernächte aus dem Ausland um 5,3 Prozent zurück. Gleichzeitig wächst die Bedeutung des Kongresstourismus (Meetings, Incentives, Conventions und Events – kurz MICE). Der erste «Meetings-Report Schweiz» von Schweiz Tourismus zeigt, dass im vergangenen Jahr bereits 19 Prozent der verzeichneten Hotellogiernächte von Veranstaltungsteilnehmenden (ab zehn Personen) generiert wurden. Das sind 6,6 Mio. von insgesamt 35,4 Mio. Übernachtungen, was ge-

mäss Schätzung einem Umsatz von 22 Milliarden Franken entspricht. Diese Zahlen bestätigen einen Trend, der sich bereits seit einigen Jahren abzeichnet. Das aktuelle wirtschaftliche Umfeld verlangt nach einer Diversifizierung. Hotels können langfristig nur überleben, wenn sie neben dem Leisure- auch das MICE-Geschäft fördern. Nicht nur, um gegen die schwindenden Logiernächte aus dem nahen Ausland anzukämpfen, sondern auch, um von der höheren Wertschöpfung zu profitieren. Ein Seminargast konsumiert während seines Aufenthalts bis zu achtmal im Hotel; ein Einzelgast in derselben Periode nur etwa zweimal. Dass die Hoteliers dies erkennen, zeigt sich an den Zahlen von Swiss Sales Conferences. 2011 hat die Agentur 826 Konferenzen in der Schweiz platziert, dieses Jahr werden es über 900.

Fit für den Kongressmarkt

Um für den Kongressmarkt fit zu sein, braucht es allerdings mehr als eine entsprechende Infrastruktur. Wichtig ist, dass die Organisation über die Kompetenz verfügt, Meetings-Anfragen

richtig zu beantworten. Rund 25 Prozent aller Offerten, die eingeholt werden, sind fehlerhaft. Unter anderem sind die Preise inkorrekt, Räume werden nicht erwähnt, oder sie gehen nicht auf die Anforderungen und Wünsche ein. Ein Hotel, das im MICE-Segment wettbewerbsfähig bleiben möchte, muss über geschulte Reservationsleiter oder Réceptionsangestellte verfügen und ihnen grünes Licht für rasche Entscheidungen geben. Da die Buchungen immer kurzfristiger werden, ist Schnelligkeit essentiell. Wenn eine Anfrage nicht innerhalb von 24 Stunden mit einer Offerte beantwortet wird, ist das Hotel so gut wie aus dem Rennen. Der Schweizer Seminarmarkt hat auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eine Chance. Ein wichtiger Aspekt dabei ist die Kommunikation. Einheimische Firmen und Unternehmen aus dem nahen Ausland müssen darauf aufmerksam gemacht werden, dass es in der Schweiz ein qualitativ hochwertiges Meetings-Angebot gibt.



Oliver Stoldt
 CEO Swiss Sales Conferences
www.konferenzarena.ch

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Im Herzen der Ostschweiz – genauer in der Gemeinde Wattwil – verkauft wir nach Vereinbarung das traditionelle und bestens bekannte

Hotel-Restaurant Löwen

Bei diesem modernen, mittelgrossen Gastronomiebetrieb handelt es sich um das einzige Hotel in der Zentrumsgemeinde. Aufgrund seiner zentralen und verkehrsgünstigen Lage erreicht das Hotel überdurchschnittliche Übernachtungszahlen, welche in den verschiedenen Gästesegmenten noch weiter gesteigert werden können. Dieser umsatzstarke Betrieb bietet einem innovativen Gastronomen, welcher den Schritt in die Selbstständigkeit wagen möchte, eine gute Existenz.

Die Liegenschaft, welche komplett rollstuhlgängig ist, verfügt über:

- Restaurant mit 65 Sitzplätzen
- Löwenstube (Frühstücksräum) und Rôtisserie mit zusammen 65 Sitzplätzen
- 22 Doppelzimmer
- 16 Einzelzimmer
- 1 Dreibettzimmer
- 4½-Zimmer-Wirtewohnung
- 4 Personalzimmer
- Gartenrestaurant mit 20 Sitzplätzen
- Leistungsfähige Gastronomieküche
- Grosszügige Kühl- und Lagerräumlichkeiten
- 25 eigene Parkplätze

Sämtliche Gästezimmer sind mit Bad/WC oder Dusche/WC, Fernseher und WLAN ausgestattet.

Wir bitten ernsthafte Interessenten mit uns Kontakt aufzunehmen und die ausführliche Verkaufsdokumentation anzufordern.

Gastroconsult AG | Unternehmensberatung
 Herr Erich Böhler
 Blumenfeldstrasse 20 CH-8046 Zürich
 Telefon +41 (0)44 377 54 47
 E-Mail zuerich@gastroconsult.ch

Das Hotel Montana Disentis steht an traumhafter Lage, gleich neben dem Skigebiet, mit grossartigem Ausblick. Das gepflegte Kleinhotel mit wettlaufenden Garten und Außenpool wird in den nächsten Jahren umfassend renoviert und den Bedürfnissen moderner Gäste angepasst.

Per April 2013 suchen wir einen/e

Pächter/in oder ein Pächter-Paar,

das uns mit Kompetenz und Engagement in dieser spannenden Phase der Neupositionierung und darüber hinaus tatkräftig unterstützt.

Sie sind die geborenen Gastegeber, engagiert und innovativ? Sie haben gute Referenzen und bringen die nötige Ausbildung und Erfahrung mit? Dann sind Sie der Pächter unserer Wahl.

Bitte senden Sie Ihre schriftlichen Unterlagen mit aktuellen Portraitphotos per Post an: Gioni Fry, Via Sursilvana 11, 7180 Disentis oder per E-Mail an: info@mobillas-fry.ch

24772-9440

**au fond,
 pas besoin de
 grands mots.
 Il faut des actes.
 Et votre aide.**

Faire un don de 5 francs par SMS: aide 5 au n° 227

CARITAS
www.caritas.ch

Mehr Immobilieninserate auch online unter

www.htr.ch/immobilien

Für nur 150 Franken ist Ihre Immobilie einen Monat online abrufbar.

Liegenschaften verkaufen – neu auch online

www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue