

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2013)
Heft: 12

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: 31.12.2025

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

Die Geschäftsreiseverantwortlichen weltweit rechnen mit rückläufigem Reisevolumen. Die Preise dagegen dürfen moderat steigen.

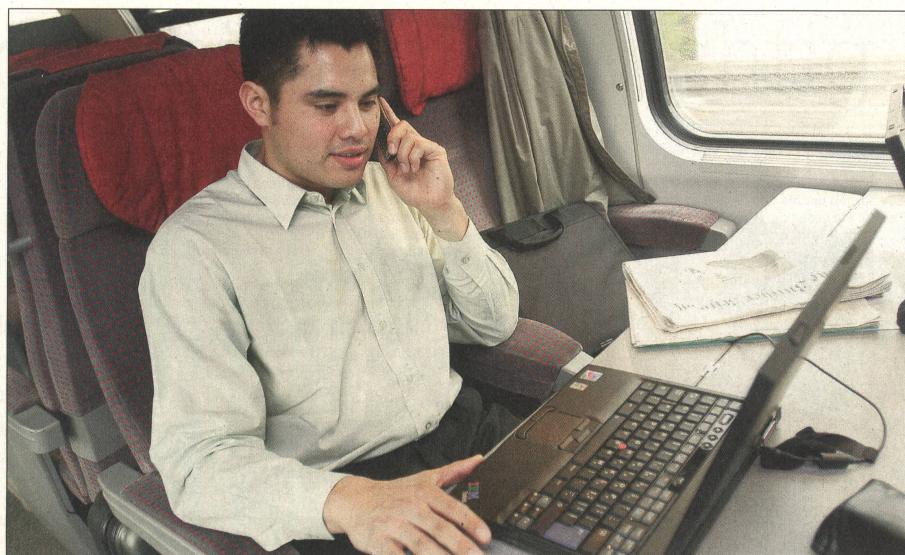
DANIEL STAMPFLI

Reiseverantwortliche in Unternehmen bleiben bei ihren Prognosen zu den Reiseaktivitäten im laufenden Jahr zurückhaltend. Dies geht aus der jüngsten Umfrage von Air Plus, dem führenden internationalen Anbieter von Lösungen für das Business Travel Management, hervor. Befragt wurden über 2101 Reiseverantwortliche aus 24 Ländern, inklusive der Schweiz. Nur 32 Prozent (Vorjahr 35 Prozent) rechnen mit einem Anstieg bei den Geschäftsreisen. Dies ist der geringste Wert seit drei Jahren. 54 Prozent erwarten, dass die Anzahl der Geschäftsreisen ihres Unternehmens gleich bleiben wird. Steigende Kosten für Dienstreisen erwarten dagegen laut Air-Plus-Studie 39 Prozent der Reiseverantwortlichen.

Hohe Erwartungen in den Wachstumsräumen

Reiseverantwortliche aus den Märkten in Schwellenländern, in denen es eine merkliche Zunahme von in- und ausländischen Investitionen gibt – schätzen die Entwicklung für Geschäftsreisen und ihren Tätigkeitsbereich teilweise völlig anders ein als ihre Kollegen in industrialisierten Regionen. Das ist eine zentrale Erkenntnis der Studie.

Besonders auffällig sind hierbei die Unterschiede zwischen traditionellen Märkten wie Westeuropa und Nordamerika und den Wachstumsregionen Asien-Pazifik und Lateinamerika. Erstmals wurden für die Studie auch Reiseverantwortliche aus der Türkei, Indien und Russland befragt.



In Europa wächst das Geschäftsreisevolumen weniger stark als in den sogenannten Emerging Markets.

Aus der Region

Zürich

Kongresszentrum: Geprüft wird kleinere Parzelle

Als Standort für das Neue Kongresszentrum favorisiert der Stadtrat weiterhin das Geroldswil-areal, wie das Hochbaudepartement der Stadt Zürich mitteilt. Er hat jedoch die Verhandlungen mit dem wichtigsten Grund-eigentümer eingestellt, da die Parteien über die von der Stadt Zürich für den Landtausch geforderte Aufzahlung unterschiedliche Auffassung haben. Es wird nun geprüft, ob sich das Projekt auch ohne dessen Parzelle realisieren lässt. Zudem würden die Abklärungen zur Option Car-parkplatz weiterlaufen.

Flughafen Zürich mit mehr Umsatz und Passagieren



zvg

Im vergangenen Jahr reisten 24,8 Millionen Passagiere über den Flughafen Zürich, 1,9% mehr als im 2011. Der Gesamtumsatz stieg um 4,8% auf 948,6 Mio. Franken. Die Flughafen Zürich AG schliesst das Geschäftsjahr 2012 mit einem Gewinn von 94,7 Mio. Franken ab (-44,2%). Grund dafür sei die Ersterfassung von Verpflichtungen für Leistungen an Arbeitnehmer. Unter Ausklammerung dieser Ersterfassungen läge der Gewinn bei 192,0 Mio. Franken (+13,1%).

Panta Rhei: Vergleich im Rechtsstreit

Der Rechtsstreit um die Schuld an den Baumängeln beim Zürichsee-Schiff Panta Rhei ist zu Ende. Dies teilte die Zürichsee-Schiffahrtsgesellschaft (ZSG) mit. Bereits 2009 war mit der Bauwerf ein Vergleich ausgehandelt worden, nun sei dies auch mit der Firma des verantwortlichen Bauingenieurs gelungen. Die ZSG musste das MS Panta Rhei im Frühjahr 2007 kurz nach der Jungfernreise wieder aus dem Verkehr ziehen.

Graubünden

Solarskiffl von Tenna zieht positive Bilanz



zvg

Der weltweit erste Solar-skifl, den die Genossenschaft Skifl Tenna dank der Unterstützung der Schweizer Berghilfe in Tenna im Bündner Safiental bauen konnte, bewährte sich auch in seiner zweiten Saison. Es seien wieder mehr Gäste nach Tenna gekommen, wovon das ganze Dorf profitieren konnte. In seinem ersten vollen Betriebsjahr produzierte der Lift dreizehn Mal mehr Strom als er verbrauchte. Dies habe sogar die Experten erstaunt.

Sparen beim Reisen



«Die Zahlen spiegeln den enormen Schwung, den die Emerging Markets erleben.»

Patrick W. Diemer
Geschäftsführer AirPlus

fragt – allesamt Länder, die als Geschäftsreisedestinationen derzeit kräftig zulegen. Darüber hinaus ist auch Kanada zum ersten Mal bei der Studie dabei. Hier zeigen sich ebenfalls deutliche Kontraste zu den etablierten Ländern.

Der aktuellen Studie zufolge haben Asien-Pazifik und Lateinamerika zum Beispiel die mit Abstand höchsten Erwartungen, was die Entwicklung der Reisehäufigkeit angeht: In beiden Regionen prognostizieren jeweils 43 Prozent der Befragten, dass sich das Reisevolumen ihres Unternehmens erhöhen wird. In den bereits industrialisierten Regionen fällt dieser Wert deutlich geringer aus: In Westeuropa gehen nur 24 Prozent der Reiseverantwortlichen von einer Zunahme an Geschäftsreisen in ihrem Unternehmen aus. In Nordamerika sind es 29 Prozent. «Diese Zahlen spiegeln deutlich den enormen Schwung, den diese Emerging Markets im Moment erleben», erklärt der Geschäftsführer von Air Plus, Patrick W. Diemer. «Die geringeren Erwartungen in industrialisierten Regionen stehen dagegen im Einklang mit einem verlangsamten Wachstum der Geschäftsreisetätigkeiten, wie es für dort auch zu erwarten ist. Hier finden einfach

schon deutlich mehr Geschäftsreisen statt.»

Strategien und Massnahmen zum Sparen

Travel Manager wenden verschiedene Strategien an, um Reisekosten in ihrem Unternehmen zu reduzieren. Das fängt bei den Reiserichtlinien an, die laut Studie inzwischen 72 Prozent der Unternehmen implementiert haben. Dies entspricht einer Steigerung um 5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Und die Sparmassnahmen erstrecken sich bis zum Anbietermanagement, das gezielte Vereinbarungen mit Dienstleistern umfasst.

Solothurn behält das Hotel Krone

Das einstige Traditionshotel Krone in Solothurn wird 2013 wieder eröffnet. Betreiberin ist die Genossenschaft Baseltor, die bereits drei Lokale in der Stadt führt.

CHRISTINE KÜNZLER

Wenn die 300 Baseltor-Genossen-schafter am 24. März zustimmen, hat es in der Gerüteküche um das seit Juli geschlossene Hotel Krone ausgebrodelt: Das Solothurner Haus, das zu je 50 Prozent dem Kanton und der Stadt gehört, wird als Hotel weitergeführt. Investoren ist die Credit Suisse Funds AG, die das Haus im Bauricht übernommen hat. Betreiben wird das umgebaute Hotel die Genossenschaft Baseltor, die in Solothurn neben dem gleichnamigen Hotel und Restaurant auch die Lokale «Salzhaus» und «Sol-



Das Hotel Krone wird nach dem Umbau 28 Zimmer haben.

Heure» führt. Sie will aus der «Krone» ein Haus im gehobenen 4-Sterne-Bereich machen, sagt Projektleiter Martin Volkart. Er hat bereits mehrere gastgewerbliche Projekte mitgestaltet. Auch die drei beliebten und gut frequentierten Lokale der Genossenschaft Baseltor tragen seine Handschrift.

Die «Krone» umfasst 28 Zimmer und richtet sich an Business- und Kulturgäste. «Wir werden Synergien mit dem Baseltor nutzen und können so total 45 Zimmer bieten», sagt Volkart. Die «Krone» soll jedoch einen eige-

nen Geschäftsführer erhalten. «Wir rechnen mit 4,5 Mio. Franken Umsatz und können etwa 35 Stellen schaffen.» Volkart rechnet mit einer Auslastung zwischen 60 und 70 Prozent. Das Ambiente der «Krone» soll die Geschichte des historischen Hauses aufnehmen, jedoch nicht «stief wirken, sondern «Legerness» und Leichtigkeit ausstrahlen». Volkart setzt auf gutes Design. Das Restaurant wird als moderne Brasserie betrieben. Die «Krone» verfügt weiter über einen grossen Seminarraum und eine kleine Bar.

Auf neue Märkte vorbereitet

2012 war ein schwieriges Jahr für die Schweizer Luxushotellerie. Die Swiss Deluxe Hotels schauen jedoch verhalten optimistisch in die Zukunft.

Nicht gut, aber leicht besser als die Gesamtbranche der Schweizer Hotellerie: so der Tenor an der Medienkonferenz der Swiss Deluxe Hotels im Zürcher «The Dolder Grand». Die Gruppe mit ihren 38 Luxushotels schloss das Jahr 2012 mit einem konsolidierten Umsatz von 1,41 Milliarden Schweizer Franken ab. Dies entspricht einer

leicht rückläufigen Entwicklung von minus 1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Ebenfalls leicht zurück ging die Anzahl der Logier-nächte.

Zuversichtlich stimmt die Luxushotellerie, dass sie auf die Gäste aus den Wachstumsräumen gut vorbereitet ist. Dies nicht zuletzt dank bedeutsamer Investitionen. So haben die 38 Hotels der Gruppe auch 2012 wieder über 200 Millionen in die Infrastruktur gesteckt. Geplant wird zudem beim immer grösseren Angebot in der Gourmet-Gastronomie. Die Ausbeute: derzeit total 593 Gault-Millau-Punkte und 17 Michelin-Sterne. gn

Hotel Hof Weissbad: «Auf sehr hohem Niveau konstant»

Anzahl Logiernächte und Auslastung waren gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig.

Die hohe Zimmerauslastung von 94,5% (Vorjahr 96,6%) im «Hof Weissbad» habe im Jahr 2012 hart und mit einer Reihe von Zusatzmaßnahmen erkämpft werden müssen. Dies schreibt Sepp Breitenmoser, Präsident des Verwaltungsrates der Hof Weissbad AG, im Geschäftsbericht. Der schwache Euro habe dem Unternehmen im ersten Halbjahr mehr zugestellt als erwartet. Die Anzahl der Logiernächte von 42 076 ging gegenüber 2011 um 2,5% zurück. Der Umsatz des Gesamtunternehmens liegt mit 19,843 Mi. Franken gegenüber dem Vorjahr um 1,4% tiefer. Der EBITDA ging um 1,6% auf 3,669 Mi. Franken zurück, der EBIT um 5,5% auf 806 606 Franken. Die Hof Weissbad AG weist 2012 einen Unternehmensgewinn von 515 859 Franken aus (-2,8%). Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung eine Nennwertverdrückzahlung von 30 Franken pro Aktie und eine Aufstockung der Freien Reserven um 500 000 Franken. Zur Zeit ist ein Neubau in Planung, der 2016 eröffnet werden soll. dst

Schweiz

Geringerer operativer Gewinn für Swiss



ZVG

Im Jahr 2012 steigerte die Swiss den Betriebsertrag um 2% auf 5,033 Mrd. Franken. Aufgrund des weiterhin schwierigen Marktumfelds verringerte sich jedoch der operative Gewinn gegenüber dem Vorjahr um 31% auf 212 Mio. Franken. Im Jahr 2012 beförderte Swiss mehr Passagiere als je zuvor. Insgesamt flogen 15.816.469 Passagiere mit Swiss (+3%). Für das laufende Geschäftsjahr geht das Luftfahrtunternehmen weiterhin von einer guten Entwicklung der Passagierzahlen aus. Ab 2016 wird Swiss die Ablösung der A340-Flotte einleiten, dafür wurden bei Boeing sechs Boeing B777-300ER bestellt.

SBB weitet Abfalltrennung in Bahnhöfen aus



ZVG

Seit Herbst 2012 wird das Abfallentsorgungs-Trennsystem im Bahnhof Bern getestet. Das Pilotprojekt verlief äusserst erfolgreich, teilt die SBB mit. Nun hat die Bahn entschieden, das Entsorgungs-Trennsystem auf weitere Bahnhöfe auszudehnen. Bereits in diesem Jahr werden neben dem Bahnhof Bern auch die Bahnhöfe Basel, Zürich, Genf und Luzern mit Abfalltrennbälttern und gut sichtbaren Aschenbechern ausgerüstet. Im kommenden Jahr sollen weitere Bahnhöfe folgen. Die SBB ist mit dem Green Card Award von Igora ausgezeichnet worden. dst

DANIEL STAMPLI

Jetzt sind die Vorgaben der Stadt Luzern für die Bauarbeiten am «Gütsch» klar. Sowohl die Stadt als auch Vertreter des russischen Eigentümers lassen ein Hintertürchen offen.

Nach verwaltungsinterner Prüfung der von der Château Gütsch Immobilien AG (CGI) fristgerecht eingereichten Unterlagen über die geplanten Bau- und Planungsaktivitäten sowie deren Wertung durch den Luzerner Stadtrat will Letzterer

weiterhin «die Umsetzung des Umbau- und Erweiterungsprojekts für das Hotel Château Gütsch». Im Vordergrund stehe aber die Inbetriebnahme der Gütschbahn und die Wiedereröffnung des Restaurants im Hotel. Konkret verlangt die Stadt die Betriebsbereitschaft der Gütschbahn per Ende Oktober 2013. Gleichzeitig soll das Hotel beziehungsweise das Restaurant mit der Aussichtsterrasse der Öffentlichkeit zur Verfügung stehen.

Erneutes Baugesuch wäre möglich

Für die Planung und Umsetzung hat die Stadt Luzern der Bauherrschaft fünf Auflagen gesetzt. «Die Baubewilligung wurde im Sommer 2010 erteilt. Seither hatte die Bauherrschaft Zeit, das Projekt voranzutreiben», begründet der Luzerner Stadtpräsident Stefan Roth das jüngste Vorge-

hen. Sollte auch nur eine der fünf gestellten Bedingungen nicht erfüllt werden, wird der Stadtrat die Baubewilligung als verfallen erklären. «Wir haben unmissverständlich Klarheit geschaffen. Es liegt jetzt an der Château Gütsch Immobilien AG, die Forderungen der Stadt Luzern zu erfüllen», sagt Stefan Roth klar und deutlich. Sollte die heutige Baubewilligung verfallen, hätte die Bauherrschaft jedoch die Gelegenheit, ein

erneutes Baugesuch einzureichen.

Verkauf als eine Option

«Wenn alles plangemäss abläuft, ist es möglich, sämtliche Auflagen zu erfüllen», erklärt Gesa Eichler, Projektkoordinatorin bei der Château Gütsch Immobilien AG. Allerdings bedürfe die geänderte Talstation der Gütschbahn der Zustimmung des SBB und der Projektänderungsbewilligung durch die Stadt. «Sollte es zu Verzögerungen kommen, die nicht in unserer Macht liegen, könnte es eng werden», so Gesa Eichler.

Stefan Roth

Stefan Roth
Luzerner Stadtpräsident

«Wir haben unmissverständlich Klarheit geschaffen. Jetzt liegt der Ball bei der CGI.»

treibern und Hotelketten. Vor Herbst 2013 sollte der Betreiberfrage geklärt sein. Dann sollte das Hotel zusammen mit der Bahn in Betrieb gehen. Das Restaurant könnte nur früher eröffnet werden, wenn auch schon der Hotelbetreiber feststeht. Denn eine Interimslösung nur für das Restaurant käme nicht infrage. Über den aktuellen Stand der Arbeiten im Restaurantbereich hat die Stadt keine Kenntnis, da die inneren Sanierungsarbeiten ohne Baubewilligung getätigt werden können. «Je früher das Restaurant eröffnet wird, umso besser», so Stefan Roth.

Die Eigentümerschaft des Château Gütsch hat jetzt klare Vorgaben und Fristen für die Zukunft des Hotels oberhalb Luzern.

Alain D. Boillat

Stadt macht Druck

Jetzt sind die Vorgaben der Stadt Luzern für die Bauarbeiten am «Gütsch» klar. Sowohl die Stadt als auch Vertreter des russischen Eigentümers lassen ein Hintertürchen offen.

DANIEL STAMPLI



Stefan Roth

«Wir sind zurzeit mit potenziellen Hotelbetreibern im Gespräch», so Gesa Eichler. Es handle sich um eine «gute Mischung» aus Schweizern, Ausländern, Einzelbe-

treibern und Hotelketten. Vor Herbst 2013 sollte der Betreiberfrage geklärt sein. Dann sollte das Hotel zusammen mit der Bahn in Betrieb gehen. Das Restaurant kön-

AM MITTWOCH SAHNT DER PROFI AB!

gültig Mittwoch 27. März 2013, solange Vorrat!

-33%



Kaffeerahm-
Portionen
Karton 200 x 12 g

6.19
Pk
statt 9.30
exkl. MWSt

CC A Cash+Carry
Angehrn
Frische für Profis.



Die Schweiz bleibt wichtig

Die spanische Hotelkette NH expandiert gern dort, wo sie schon präsent ist. Das scheint sich zu rechnen: Der GOP in Deutschland liegt bei 40 Prozent. Neu im Fokus ist China. Der Heimmarkt serbelt.

GUDRUN SCHLENCZEK

Maarten J. M. Markus, NH zählt heute 400 Hotels in 26 Ländern. Wo liegen die Schwerpunkte für Europa in Zukunft?

Wachsen wollen wir vor allem in Deutschland. Hier zählen wir bereits 59 Hotels, und es sollen mehr werden. Der deutsche Markt hat sich im Vergleich zum übrigen Europa sehr gut entwickelt. Italien, mit 53 Häusern nach Spanien unser grösster Markt, ist weiterhin durch das angespannte wirtschaftliche Klima gezeichnet, der Heimmarkt ebenso. Auf dem zentraleuropäischen Markt konnten wir den Umsatz um 4,5 Prozent steigern, dank dem florierenden Hotelmarkt in Deutschland.

Wo will NH in Deutschland wachsen? In jenen Städten, in denen wir bereits präsent sind: In Berlin zählen wir beispielsweise 11 Hotels, dennoch wollen wir hier weiter wachsen. Zum einen ist die Durchdringung auf dem Businessmarkt mit einer starken lokalen Präsenz leichter. Zum anderen denken wir, dass die NH-Gruppe von der Auslastung in den Städten unter der Woche noch stärker profitieren könnte.

Die Marke NH ist nicht so bekannt wie ein Hilton oder ein Marriott. Wie gehen Sie damit um? Wir wollen dieses Jahr ganz klar ins Marketing investieren, um die Marke generell bekannter zu machen. Und die starke Präsenz an einem Standort hilft natürlich, die Bekanntheit zu steigern.

Sie präsentieren sich in Deutschland, in der Schweiz und auch in Österreich mit nur einem Brand: NH. Das ist richtig, das werden wir auch weiterhin so verfolgen. Pro Land gibt es aber immer noch ein Haus unter einer anderen Marke: d'Now steht für aussergewöhnliches Design. Das deutsche d'Now steht in Berlin und ist ein Musik- und Lifestyle-Hotel.

NH Hoteles Chinesischer Aktionär und Verkauf bringen Gruppe Geld

N NH Hoteles verbuchten 2012 aufgrund der schlechten Konjunktur in Südeuropa einen Nettoverlust von 66,9 Mio. Euro (2011: 9,1 Mio. Euro). Anfang März hat NH Hoteles nun zwei strategische Partnerschaften unterzeichnet: Die chinesischen HNA Gruppe erwirbt 20 Prozent des Aktienpaketes. Die Transaktion umfasst 234 Millionen Euro und schliesst eine Kapitalerhöhung ein. Die HNA Gruppe ist eine der grössten Unternehmensgruppen in China mit Beteiligungen. Derzeit besitzt NH 70 Hotels in China. Zudem verkauft NH Hoteles fünf Hotels in Lateinamerika an den nordamerikanischen Investmentfonds HPT, was 70 Mio. US-Dollar in die NH-Kasse

Ist ein solches Haus auch für die Schweiz angedacht? Zu Berlin passt so ein Haus sehr gut. Ich bin mir nicht sicher, ob die Schweiz hierfür der geeignete Markt wäre.

Managen Sie die Hotels pro Stadt jeweils zentral?

Vieles ist zentral organisiert, wie der Verkauf, die Verwaltung, Human Resources, die Finanzabteilung. In der klassischen Hotelerie verfügt jedes Hotel meist über die volle Kompetenz. So sparen wir nicht nur viele Kosten, sondern können uns auch qualifizierte Fachkräfte und Spezialisten leisten.

Wie wirkt sich dieses Managementmodell auf Ihren Gewinn aus?

In Deutschland erzielen wir in unseren Hotels im Durchschnitt einen Bruttogewinn (GOP) von 40 Prozent. Das ist für die Hotellerie ein sehr guter Wert.

Ihre elf Betriebe in Berlin zählen 2087 Zimmer. Wie schaffen Sie es, diese zu füllen – mit nur einer Marke?

Wir verkaufen wie alle anderen. Doch das Produkt scheint zu stimmen, denn wir haben viele Stammgäste.

«Wir wollen dieses Jahr vermehrt ins Marketing investieren, um die Marke bekannter zu machen.»

Maarten J. M. Markus
Managing Director Central Europe

alle ein ausgebautes Konferenz- und Seminarangebot. Aber es gibt durchaus Standorte, an denen man von einer gewissen Konkurrenz sprechen kann.

Die chinesische HNA Gruppe hat 20 Prozent des NH-Aktienkapitals erworben. Hat das Einfluss auf Ihre Europa-division? Auf jeden Fall. Wegen der ungünstigen Wirtschaftslage in den südlichen Ländern waren wir in den letzten Jahren sehr auf uns selber fokussiert. Mit dem neuen Aktionär stehen die Zeichen jetzt klar auf Expansion.

Wie wollen Sie konkret wachsen?

Neuentwicklungen sind zwar interessant, aber dauern recht lange. Deshalb möchten wir am liebsten kleinere Hotelketten übernehmen, wenn sich die Gelegenheit ergibt. Neben China ist Deutschland auf jeden Fall ganz oben auf der Expansionsliste von NH.

Und in China?

Da haben wir ganz grosse Ziele. HNA will unter der NH-Marke Hotels in China von uns betreiben lassen. Die ersten beiden NH-Hotels sollen bereits im Sommer Gäste empfangen. China steht klar im Wachstumsfokus von NH, schliesslich ist China ein riesiger Markt mit sehr viel Potenzial.

In der Schweiz zählen Sie inzwischen nur noch vier Betriebe. Ein zu wenig attraktiver Markt?

In den letzten zwei Jahren hatten wir aufgrund der Währungssituation mit unseren Schweizer Betrieben einige Heraus

Machen Ihnen boomende Budget-design-Hotels das Leben schwer?

Das würde ich nicht sagen.

NH-Hotels liegen im 4-Sterne-Bereich und bieten fast

forderungen zu meistern. Grundsätzlich will NH überall expandieren. In der Schweiz ist das etwas schwierig, insbesondere wegen den aktuell deutlich weniger guten Ergebnissen als in der Vergangenheit.

In Luzern haben Sie Ihr Hotel der Konkurrenz überlassen, warum?

Der Mietvertrag lief aus. Die neuen Konditionen mit höheren Mietzinsen haben nicht unseren Vorstellungen entsprochen.

Wollen Sie sich ganz aus der Schweiz zurückziehen?

Grundsätzlich wollen wir auf allen Märkten sein, wo unsere Kunden sich bewegen. Die Schweiz ist für das Business-Segment nun mal auch ein wichtiger Markt. Wir leben zu 80 Prozent von Business-Kunden. Also sollten wir auch hier präsent sein. Der Kunde muss in jeder grösseren Stadt ein NH-Hotel finden. Nur so schafft man es, dass der Kunde der Marke treu bleibt.

Standpunkt

Beherztes Plädioyer für die anspruchsvolle Kochlehre



PATRICK CAMELE*

Mit der Berufslehre werden aus Talenten Profis. »Mit der höheren Berufsbildung werden aus Experten.« Dies sind die Slogans, mit denen letzte Woche die nationale Kampagne von Berufsbildung plus startete. Ich persönlich bin ein grosser Fan der Kochlehre. Sie erfordert Disziplin, Teamgeist und Kreativität. Köche braucht es immer. Wer sich als Koch weiterbildet, findet den Einstieg ins Hotelmanagement oder in

«Gerade Lernende als junge Menschen haben ihre Hochs und Tiefs.»

andere Branchen. Wer fleissig und talentiert ist, kocht für Sterne. Wer selbstbewusst genug ist, macht sich einen Namen als Fernsehkoch. Doch vorerst ist der Einstieg in der Küche hart und die Realität nicht wie bei Jamie Oliver im Fernsehen. Der Umgang mit Stresssituationen gehört für Lernende in der Küche von Anfang an zum Alltag und fordert einen hohen Einsatz der Betreuungspersonen. Sie begleiten junge Menschen in einer intensiven Entwicklungsphase und weisen sie in einen Beruf ein, der Kopf, Herz und Seele erfordert. Gerade Lernende als junge Menschen haben ihre Hochs und Tiefs. Die Herausforderung besteht zusätzlich zur fachlichen Aufgabe darin, sie in solchen Gefüllslagen optimal zu unterstützen.

Die demografische Entwicklung, die zunehmende Konkurrenz durch Berufe mit besseren Rahmenbedingungen, aber auch die wirtschaftlichen Schwierigkeiten vieler Betriebe stellen die Kochausbildung vor zusätzliche Herausforderungen.

Auch diese werden ohne den unermüdlichen und grossen Einsatz von Küchenchefs und weiteren Betreuungspersonen nicht zu bewältigen sein. Deshalb bedanke ich mich ganz herzlich bei allen, die junge Menschen auf ihrem Weg in den Kochberuf begleiten. Sie sorgen nicht nur dafür, dass das Know-how weitergetragen wird, sondern auch, dass der Funke für Handwerk und Leidenschaft überspringt und somit einer der ältesten Berufe der Welt attraktiv bleibt.

* Patrick Camele ist CEO der SV Group.

ANZEIGE

HESSE

Mit 5% mehr Umsatz und 5% weniger Kosten kann das Ergebnis um 30-40% gesteigert werden.

Wir analysieren den Betrieb und zeigen auf Erfolgsbasis auf, wie das Ergebnis verbessert werden kann.

Poststrasse 2, 8808 Pfäffikon
055 410 15 57, hesser@bluewin.ch

Maarten J. M. Markus,
Managing Director NH
Hoteles Central Europe.



Wo steht das Tourismusbewusstsein im Thurgau? Diese Frage diskutierten unter der Leitung von **David Angst**, Chefredaktor der Thurgauer Zeitung (2. von links), **Ruedi Bartel**, Präsident Gastro Thurgau (links), **Rita Barth**, Präsidentin Ferien auf dem Bauernhof, und **Hermann Hess**, Verwaltungsratspräsident Schweizerische Bodenseeschiffahrts AG (rechts).

Fotos: zvg

Touristiker mit Visionen

Das 13. Tourismusforum Euregio Bodensee wurde von rund 100 Personen besucht. Dieses stand unter dem Motto «Tourismusbewusstsein stärken, Kooperationen fördern – welche Synergien sind für mich optimal?».

DANIEL STAMPFLI

Beim 13. Tourismusforum Euregio Bodensee in Weinfelden, Rund 100 Gäste – leicht mehr als im Vorjahr – waren an diesem touristischen Stelldeichein anwesend.

Martin Schmidli, Managing Partner Kohl & Partner, führte in seinem Referat unter dem Titel «Tourismus – was bedeutet das für mich?» aus, was getan werden muss, damit es auch in 30 Jahren noch einen praktisch erlebten Tourismus gibt. Danach wurden den Teilnehmern zwei sehr unter-

schiedliche Praxisprojekte präsentiert. Thomas Wirsberger, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Grossartal in Österreich, zeigte seine Erfolgsstory, das «Tal der Almen» mit einer Auslastung von 56 Prozent im Winter und 44 Prozent im Sommer. Dies bedeutet für die Hoteliers und Ferienwohnungen eine konstant hohe Auslastung. Daniel Werner, Geschäftsführer der Matterhorn Valley Hotels AG schloss mit seinem 1:1-Bericht aus der Realität zum Thema Hotelkooperationen den Teil der Praxisreferate ab. Werner zeigte auf, wie wich-

tig Zusammenschlüsse sind und wie diese auch auf andere Regionen anwendbar sind.

Im zweiten Teil der Veranstaltung wurde an einer Podiumsdiskussion von verschiedenen Akteuren im Thurgauer Tourismus die Frage erörtert, wo das Tourismusbewusstsein im Thurgau steht. Während Rita Barth, Präsidentin von Ferien auf dem Bauernhof und Vizepräsidentin von Thurgau Tourismus (TGT), die Sicht des Tourismusbewusstseins vor allem im Agrotourismus und die Massnahmen von TGT in die-

sem Bereich erläuterte, übermittelte Ruedi Bartel die Wahrnehmungen der lokalen Gastronomie. Mit Hermann Hess war in dieser Runde ebenfalls ein sehr innovativer Touristiker und Politiker vertreten, mit grossen Visionen für den Ostschweizer Tourismus –



Eva Maron, Hotel Wunderbar Arbon, **Bernhard Müller**, BBZ Arenenberg.

Werner Fritschi (li.), Regionalbahn Thurn, **Monika Grünenfelder**, Thurgau Tourismus, und **Werner Müller**, Leiter ÖV/Tourismus Thurgau.

Ueli Rickenbach, Marketing von Appenzellerland Tourismus, und **Andreas Kunz** (re.), Geschäftsführer Tourismus Services Ostschweiz AG.

Eva Maron, Hotel Wunderbar Arbon, **Bernhard Müller**, BBZ Arenenberg.

dies vor allem im Hinblick auf neue Hotelprojekte. Für Hess hat es im Kanton Thurgau noch genügend Platz für neue Hotels. Jedes müsste über mindestens 60 bis 80 Zimmer verfügen. Sonst liessen sich die Hotels nicht rentabel betreiben.

Eiskalte «Zweitwohnungen»

Das **Iglu Festival** 2013 ging am Wochenende auf der Engstligenalp ob Adelboden über die Bühne. 152 Teilnehmer diverser Nationalitäten bauten ihr hochalpines Dorf aus Eis und Schnee.

verbundene Iglos mit spanischer Flagge viele Schaulustige auf dem Hochplateau der Engstligenalp. Nebst vielen spannenden Erlebnissen, interessanten Begegnungen und einem Schlummertrunk an der Igubar erwartete die Teilnehmer ein spektakuläres Rahmenprogramm. Sobald die Dun-

kelheit hereinbrach, sorgten Fackeln für eine gemütliche und romantische Atmosphäre. Die Teilnehmer kamen auch in den Genuss einer Feuershow.

Nun ist das Iglu-Dorf auf der Engstligenalp für jedermann zugänglich und kann auf eigene Faust besichtigt werden. Ist



Unter kundiger Anleitung bauten die vielen Teilnehmer ihre Iglos.

Ausgerüstet mit viel Motivation der Beteiligten, Schaufeln und Schneeschäfte sowie mit der Hilfe von 16 Leitern und Helfern entstand ein Iglu-Dorf mit 74 Iglos. Inmitten des Festivals hatten 41 unerfahrene Iglobauer die Möglichkeit, zum ersten Mal mit Hilfe von fachkundigen Instrukteuren Iglos zu bauen. Bis am Samstagnachmittag waren die meisten Iglos fertig und die Bauteute konnten beim Feinschliff ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Spezielle Verzierungen und einfallsreiche Schneeskulpturen machten jedes Iglo zu einem Unikat. Unter andern begeisterten zwei unterirdisch

Thurgau Tourismus mit neuem Geschäftsführer



Der 44-jährige **Rolf Müller** (Bild) ist zum neuen Geschäftsführer von Thurgau Tourismus gewählt worden. Er tritt am 1. Juli die Nachfolge von **Monika Grünenfelder** an, die sich selbstständig macht. Müller bringt eine reiche Tourismus-Erfahrung mit: er war u.a. Präsident des Hotelvereins Thurgau. Aktuell amtiert er als VR-Präsident der Schlarafia-Messe in Weinfelden. Seit rund 15 Jahren leitete er als Direktor verschiedene Hotels, zuletzt das Hotel Säntispark in Abtwil.

Sesselrücken

Direktionswechsel im Schweizerhof in Sils-Maria

Nico Röthlisberger (Bild) und zieht mit seiner Ehefrau **Katharina** vom Hotel Altein in Arosa ins Engadin, wo er im Hotel



Schweizerhof in Sils-Maria als Direktor die Nachfolge von **Sandra und Pascal Merkli** übernimmt. Das Ehepaar Merkli habe im letzten 7 Jahren erfolgreich geführt, teilt die Poscom Ferien Holding mit. Für die Leitung des Ferienhotels Altein in Arosa wurde **Sonja Ninlaus** und **Georges Ogggenfuss** gewonnen werden.

Neuer Besitzer des Schweizerhof in Sta. Maria



Das traditionsreiche Hotel Schweizerhof in Sta. Maria im Val Müstair wird Ende April wieder eröffnet und von **Axel Ladiges** (Bild), dem derzeitigen Direktor des Badhotels Belvair in Scuol geführt. Ladiges hat das Hotel Schweizerhof in Sta. Maria gekauft, nachdem der vormalige Besitzer **Jon M. Conradin** im Oktober vergangenen Jahres gestorben war. Der neue Direktor möchte die Tradition des Hotels Schweizerhof mit neuen Elementen verbinden.

ste

Dans l'antr'e d'un festin

Souvent méconnue hors de son canton, la fête de la bénichon envisage de devenir un événement touristique. Première édition en septembre, en ville de Fribourg.

LAETITIA BONGARD

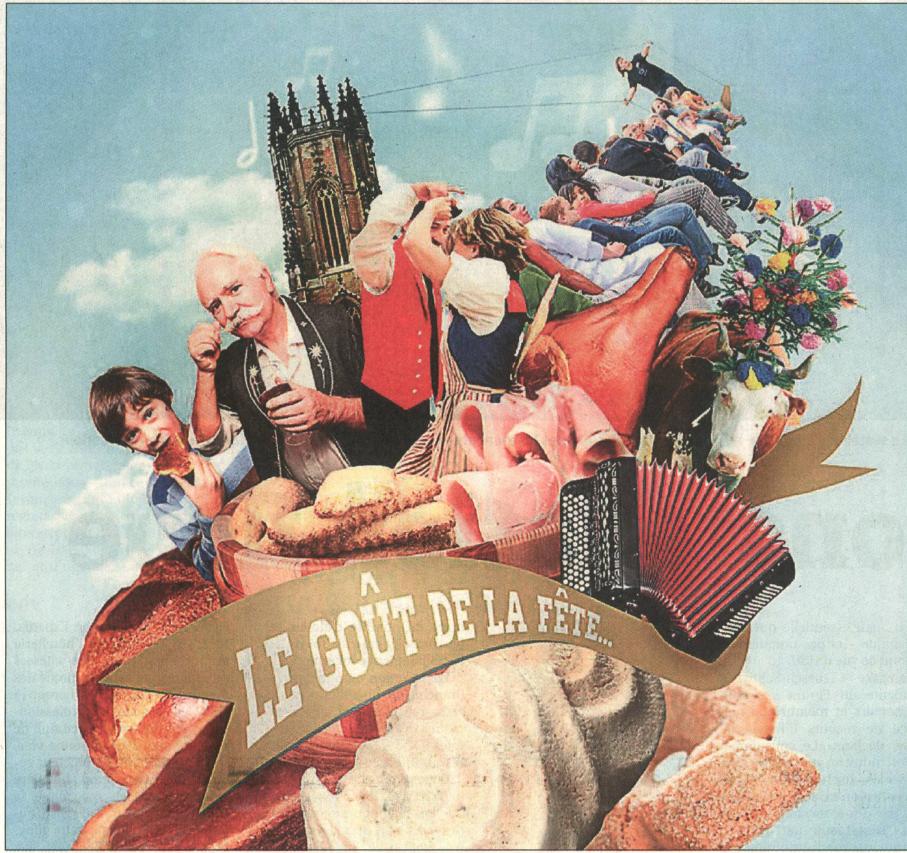
Dans le cœur des Fribourgeois, qui dit bénichon dit odeurs de soupe au chou, jambon, poires à boîte, moutarde et cuchaule; ambiance de fête et de retrouvailles. Une association qui ne va pas de soi au-delà des frontières cantonales. De cette tradition incontournable à l'échelle locale, un comité hétéroclite a entrepris d'en faire un atout touristique. Un défi qui sera relevé pour la première fois en ville de Fribourg, du 20 au 22 septembre 2013, pour un budget de 450 000 francs. Près de 5000 personnes sont attendues pour cette première édition, 10 000 à 15 000 personnes à plus long terme.

Institutionnalisée, la fête de la bénichon reviendra chaque année dans un autre coin du canton, l'avant-dernier week-end de septembre. Pour les restaurateurs, hôteliers, producteurs, artisans et acteurs du tourisme: un moyen de créer de la plus-value sur ce savoir-faire gastronomique, le transformer en une manifestation touristique phare, créatrice de nuées et dans le prolongement de la saison touristique.

Mise en vitrine d'une fête familiale et conviviale

«La Bénichon n'est connue que des Fribourgeois, alors que la fête de la Saint-Martin dans le Jura l'est beaucoup plus largement», a pu constater Romain Castella, membre du comité et gérant de l'association pour la promotion des produits du terroir du Pays de Fribourg, au moment de présenter son projet aux étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Sur 180 étudiants, seule une main s'est levée. Celle d'un Fribourgeois. Une anecdote révélatrice, à l'origine de la réflexion: comment rendre cette manifestation accessible à un public extérieur?

Réponse: lui offrir de la visibilité, ouvrir ses rues. Organisée sur trois jours, la fête se déroulera cette année au centre-ville de Fribourg. Divers espaces donneront vie à la fête: animaux de la ferme, démonstration de la confection des produits de bénichon, marché du terroir, animations chantées et dansées, grande balançoire et bien sûr, dégustation du menu, sous la cantine. Un espace de 300 places qui complétera l'offre des restaurants participants. Ils devraient être une quinzaine à accepter la charte qui impose une fidélité stricte aux produits du terroir.



Gastronomie, folklore et convivialité. Les symboles de la fête de la bénichon colorent l'affiche de cette première édition.

bourg. Divers espaces donneront vie à la fête: animaux de la ferme, démonstration de la confection des produits de bénichon, marché du terroir, animations chantées et dansées, grande balançoire et bien sûr, dégustation du menu, sous la cantine. Un espace de 300 places qui complétera l'offre des restaurants participants. Ils devraient être une quinzaine à accepter la charte qui impose une fidélité stricte aux produits du terroir.

Des packages combinant nuées et repas de bénichon

Marlène Flückiger, directrice de Fribourg Tourisme, se réjouit de cette offre: «Jusqu'ici, il nous manquait de matière pour promouvoir la manifestation. Nous

mentionnions sur le site, mais pour les touristes, difficile d'en profiter, de sentir son âme, sans être invités dans une famille.»

Afin de vendre cette manifestation aux visiteurs de passage, des packages seront prochainement proposés, incluant nuées et repas. Raymond Surchat, directeur du Parc Hôtel à Fribourg et membre du comité, avoue des objectifs réalisables pour débuter, «une centaine de nuées pour 2013», la promotion de l'événement venant de démarrer, notamment à l'ITB de Berlin et au Salon de l'agriculture à Paris. L'hôtelier relève l'effort consenti par la dizaine d'hôteliers fribourgeois pour attirer les visiteurs lors de ce week-end: «Des tarifs très attractifs, presque la moitié du prix

officiel.» Le président du comité et conseiller national Dominique de Buman souligne cet engagement: «Le comité s'est démené pour que cette première édition puisse avoir lieu cette année, que Suisse Tourisme a placé sous le signe des traditions vivantes.» Autre coup de pouce bienvenu: le soutien de la nouvelle politique régionale, à hauteur de 300 000 francs sur trois ans.

Itinérante, la fête profitera à l'ensemble du canton. Dominique de Buman relève la potentielle candidature des chefs-lieux de district, mais aussi des localités touristiques, en possession d'hôtels, à l'image de Charmey, Gruyères ou encore du Lac Noir. Ou quand l'ambition se mêle à la tradition.

L'exemple jurassien Le souffle nouveau de la Saint-Martin

Dans le Jura, le succès de la Saint-Martin s'étend désormais à la Suisse allemande et à la France. Des packages incluent le menu, la nuitée, le transport jusqu'à l'hôtel. Le marché à Porrentruy invite les hôtes à optimiser leur séjour. «Avant, la Saint-Martin se limitait à l'Ajoie, elle profite maintenant à tout le canton, note Guillaume Lachat, directeur de Jura Tourisme. A Porrentruy, le plus grand nombre de nuées a d'ailleurs été enregistré en novembre.»

En bref

Valais

Une nouvelle identité humoristique

La société de communication LUNIV a décidé de lancer un concept humoristique de passeport valaisan pour répondre à sa façon à l'actualité. Un appel est lancé aux commerçants et acteurs touristiques pour qu'ils proposent bientôt des priviléges aux détenteurs de ce passeport. L'idée est de créer une communauté pour permettre aux gens de bouger et de se rencontrer.

www.passeport-valaisan.ch

Vaud

Morges va fêter les tulipes en avril et en mai



l'dd

La 43e édition de la fête de la tulipe, à Morges se déroulera d'avril à mi-mai au parc de l'indépendance. L'occasion d'admirer 120 000 tulipes au bord du lac Léman, derrière le château de Morges. Plus de 300 variétés peuvent être découvertes. La manifestation ouvrira le lundi premier avril avec un brunch dans les tulipes. Différentes animations seront proposées.

www.morges-tourisme.ch

Fribourg

Les travaux commencent à La Berra



l'dd

Dès ce printemps d'importants travaux seront réalisés dans la station de La Berra, dans les Préalpes fribourgeoises, avec un nouveau téléski. Cette nouvelle installation permettra une exploitation estivale. En juillet commenceront la construction au bas de la station d'un centre de services comprenant notamment un restaurant. Il devrait comprendre 100 places et une terrasse. La station est à la recherche d'un restaurateur pour l'exploitation du futur établissement. aca

Prangins: un espace muséal abouti

Avec sa nouvelle exposition «Noblesse oblige!», le Château de Prangins met un terme à un programme de valorisation qui l'a transformé en espace muséal.

MIROSLAW HALABA

siècle», cette présentation permettra aux visiteurs de l'antenne romande du Musée national suisse de s'immerger dans le quotidien d'un des habitants du château, le baron Louis-François Guiguer. Ce retour détaillé dans l'histoire du site a été possible grâce au journal tenu avec assiduité par le baron durant toute sa vie au château, soit de 1771 à 1786.

Le site comme objet premier de collection

Cette exposition marque «l'aboutissement et l'apogée» d'un programme de valorisation du site. «Lorsque nous avons été engagées en 2006, Hélène Bieri Thomson en qualité de conservatrice, et moi-même, nous avons



Une vue de l'exposition «Noblesse oblige!»

defendu l'idée que le premier objet de collection de ce site était bel et bien le château», a expliqué la semaine dernière Nicole

Minder, la directrice du musée, lors de la présentation de l'exposition.

Trois étapes ont ainsi permis de transformer ce site en espace muséal: l'aménagement d'une promenade découverte dans le parc, l'ouverture d'un centre d'interprétation du vaste jardin potager et la mise sur pied de la nouvelle exposition.

Des expositions réparties entre l'intérieur et l'extérieur

«Auparavant, nous avions une exposition permanente dans 40 salles, aujourd'hui nous avons plusieurs expositions situées à l'extérieur et à l'intérieur du château», a précisé la directrice du site. Ouvert il y a quinze ans, le

Château de Prangins est un musée jeune dont l'ancrage n'est pas encore terminé. Sa fréquentation annuelle est cependant notable, puisqu'elle tourne aux environs de 50 000 visiteurs.

«Lorsqu'on sait que la fréquentation moyenne du millier de musées que compte la Suisse est inférieure à 5 000 visiteurs, nous sommes un grand musée», note Nicole Minder.

Dédié à l'histoire suisse, le Château de Prangins attire des visiteurs de divers horizons, dont en bonne partie de Suisse alémanique. Avec sa nouvelle présentation, il espère en attirer davantage.

www.chateaudeprangins.ch

Jura bernois

L'horlogerie de Tramelan s'ouvre aux touristes

Une nouvelle offre touristique autour de l'horlogerie contemporaine vient d'être inaugurée à Tramelan. Elle est initiée par le Centre interrégional de perfectionnement et le Parc régional Chasseral. Elle propose aux visiteurs, individuels ou en groupe, de vivre la profession au quotidien. L'offre inclut des ateliers encadrés par des professionnels, des visites de la manufacture d'Auguste Reymond, ou des visites sur l'architecture horlogère. ib



Le télescope permet de sonder le ciel. Le système d'étoiles de l'hôtellerie possède aussi des instruments de mesure, pas validés par tous les sites de réservations.

Gerd Altmann/pixello.de

Une constellation floue

Les sites de réservation en ligne sont riches en étoiles à l'origine inconnue ou douteuse. La situation pourrait bientôt changer sous l'impulsion d'Hotelstars Union.

ALEX GERTSCHEN

La sagesse populaire prétend souvent que les choses sont ce qu'elles sont. Pourtant, tel n'est pas toujours le cas dans l'hôtellerie. Hormis la classification des associations regroupées au sein d'Hotelstars Union (HSU), il existe une multitude d'étoiles distribuées par d'autres institutions, les établissements hôteliers eux-mêmes ou les portails Internet. C'est précisément en raison du rapide essor de ces sites spécialisés que leurs étoiles revêtent une signifi-

cation aussi essentielle que problématique – et pas uniquement du point de vue d'HSU.

Franziska Troesch-Schnyder, présidente du Forum des consommateurs et membre de l'instance de recours d'hôtellerie suisse, déclare: «Le consommateur est induit en erreur si les étoiles accolées aux hôtels sur les sites de réservation ne sont pas décernées par des associations reconnues.» L'internaute part en effet du principe que l'attribution des étoiles est confiée à un organisme indépendant.

Un label comme un autre régi par des critères précis

Sara Stalder, directrice de la Fondation pour la protection des consommateurs, souligne que l'utilisation d'étoiles, comme tout autre label, doit être subordonnée à la vérification de critères précis. «Il n'est naturellement pas admissible que des hôtels s'octroient eux-mêmes des étoiles», conclut-elle.

Pourtant cette pratique est largement répandue sur le marché en plein essor des réservations en ligne et les sites dédiés générale-



«Le consommateur est induit en erreur par des étoiles pas décernées.»

Franziska Troesch-Schnyder
Forum des consommateurs

ment du nombre d'étoiles selon les renseignements fournis par l'établissement concerné.

L'association européenne de la branche de l'hôtellerie et de la restauration, Hotrec, s'est déjà attaquée il y a plusieurs années à la question des évaluations arbitraires sur Internet.

Cependant, elle ne possède que depuis peu les données et les moyens techniques requis afin de proposer aux portails spécialisés les étoiles de ses associations membres au titre d'intéressante alternative.

Une Europe à plusieurs vitesses également dans le secteur hôtelier

La fondation d'Hotelstars Union en 2009 a permis d'harmoniser progressivement les critères de classification. Une seconde étape a été réalisée avec la création d'une banque de données qui comprend tous les hôtels recensés par les associations membres d'HSU. Une interface est aussi nécessaire pour mettre ces informations à la disposition des sites de réservation. Elle existe déjà entre HSU et le portail HRS. Dans un avenir proche, un tel lien verra

également le jour avec Expedia. Même si l'Europe de l'hôtellerie avance aussi selon des vitesses différentes, car seule la moitié des membres d'Hotrec adhèrent à HSU, les associations professionnelles ont désormais accompli de premiers pas dans la bonne voie, selon Markus Luthe, directeur général de l'association hôtelière allemande (IHA), qui pilote la communauté de travail «Distribution» d'Hotrec. Dans cette fonction, il représente HSU face aux sites de réservation en ligne.

Les grands portails refusent d'utiliser exclusivement HSU

Cependant, HSU demeure encore fort éloignée de son objectif: l'utilisation exclusive de ses étoiles sur le marché. Des trois grands opérateurs virtuels – Booking, HRS et Expedia – aucun n'accepte cette exigence absolue, même si HRS et Expedia se sont déclarés prêts à indiquer sur leurs sites l'origine d'une évaluation formulée par HSU. La situation devra être adaptée leur propre classification avec celle d'HSU.

En cas de divergence manifeste, une enquête sera diligentée.

Booking, en revanche, a fait part une fois encore de son refus d'entrer en matière dans un mail adressé à Markus Luthe. Interrogée à ce propos, Anoeska van Leeuwen, responsable de la communication, relève que le site ne souhaite pas exercer de fonction de contrôle dans une nouvelle «guerre des étoiles» car ce rôle n'incombe pas à une plate-forme indépendante et neutre.

En outre, l'entreprise n'entend pas autoriser des tiers à accéder aux informations transmises par ses clients. Pour étoffer sa position, Booking relève que les hôteliers s'engagent à fournir à la plate-forme des indications correctes et que leur comparaison avec les données recueillies par HSU serait ainsi dépourvue de sens.

Il est donc essentiel pour les établissements de ne pas communiquer des informations erronées à leurs hôtes et, dans leur propre intérêt, d'éviter de se parer d'un nombre trop élevé d'étoiles ou, à l'inverse, de minimiser leurs atouts.

Traduction Jean Pierre Ammon sur la base d'un texte en page 11

Les gens

De nouvelles pistes pour le Cornalin

Vivian Zufferey (photo) cherche à l'Agroscope de Changins-Wädenswil fera partie de nouvelles pistes pour maîtriser le Cornalin. Cette conférence-dégustation se



ldd

déroulera ce soir au Château de Villa de Sierre. Avec son confrère **Jean-Laurent Spring** ils ont observé 24 parcelles différentes, pendant cinq ans, afin de confirmer l'influence de l'alimentation hydrique et minérale sur son développement. Ils se sont penchés sur l'effet terroir, la sélection clonale et le choix du porte-greffe. Des recherches qui permettront aux viticultrices de faire des choix.

Architecte d'intérieur distingué



ldd

L'architecte d'intérieur genevois **Jorge Canete** (photo) est à l'honneur pour la cinquième année consécutive du «Interior Design Review» d'**Andrew Martin**. Un privilège très rare dans ce milieu. L'architecte est revenu s'installer au château de Saint-Saphorin-sur-Morges où il a établi son studio et y organise des ateliers de décoration. Ceux-ci sont ouverts aux passionnés qui souhaitent partager sa démarche originale et sa philosophie particulière. Jorge Canete y organise aussi des expositions éphémères, la sélection clonale et le choix du porte-greffe. Des recherches qui permettront aux viticultrices de faire des choix.

De la banque nationale aux films fantastiques



ldd

conseiller d'Etat neuchâtelois est aussi un cinéphile, il a été élu à l'unanimité. Il accompagnera la structure existante dans ses développements. Par ailleurs, l'exécutif de la Ville de Neuchâtel dans sa nouvelle politique culturelle vient d'annoncer qu'il soutiendra un événement culturel annuel rassembleur qui fasse rayonner Neuchâtel. Le NIFFF a été sélectionné pour l'année 2013.

Arvinis aux accents de cèdre

La 18e édition du plus important salon de vins de Suisse romande invite le Liban comme hôte d'honneur. Près de 2500 vins venus du monde entier seront présentés.

Arvinis est devenu le plus important salon des vins de Suisse romande. Ce salon qui depuis 18 ans veut mettre en relation un public intéressé, des producteurs talentueux et un millésime. Du 17 au 22 avril aux Halles CFF de Morges, près de 2500 vins du monde entier seront présentés.

Hôte d'honneur cette année les vins du Liban, un pays considéré comme l'un des berceaux de la vigne et du vin, il cultivait déjà la vigne il y a près de 5000 ans.

Centré autour de la vallée de la Bekaa, le vignoble libanais affiche à notre époque une superficie de quelque 27 000 hectares, dont près de 3000 utilisés pour la production de raisin de cuve.



Le salon Arvinis, à Morges, annonce la couleur.

Des crus annoncés comme «exubérants et généreux» seront à découvrir. Antoine Hobeika, importateur de nombreux domaines, les présentera.

Au chapitre des dégustations, une verticale de Dom Pérignon regroupant plus de dix millésimes parmi les meilleurs cotés. Elle sera animée par Dominique Forage, fondateur de l'école Nobilis

de Sierre. Quant au journaliste Alexandre Truffer il présentera un grand chasselas du canton de Vaud et un liqueur de domaine du Mont d'or en Valais.

Au chapitre gastronomique Denis Martin proposera un repas confectionné sur place. De nombreux vigneron évoqueront leur 2012, déjà qualifié de «millésime de vigneron».

aca

En attendant cylindres

Estavayer s'agit pour l'avenir de sa presqu'île. Le projet de nouvel établissement est retardé par des oppositions.

L'Hôtel du Lac cherche un repreneur à court terme.

CLAUDE JENNY

Le projet d'hôtel, en formes de tours cylindriques, qui doit transformer radicalement la presqu'île d'Estavayer-le-Lac (htr du 15.03.2012), subit quelques lentes administrations. Promoteurs et autorités se déclarent confiants quant à l'avancée de cet ambitieux chantier malgré les quelques frémissements d'opposition. L'actuel Hôtel du Lac est quant à lui préservé.

«Nous allons présenter le projet à la population dans une mouture affinée en avril, avec illustrations en 3D. Puis nous procéderons à la mise à l'enquête du plan de zone. Nous ne doutons pas que le projet va aller de l'avant», Syndic de la Cité à la Rose, Albert Bachmann ne fait pas trop cas des voix discordantes qui se sont manifestées ces derniers mois avec la constitution d'un groupement pour la sauvegarde des places du Port et de Nova Friburgo, une zone chère au cœur des Stavaciens. Certains voient d'un mauvais œil la destruction d'un faisceau de cabanes lacustres, image de l'activité piscicole de la ville. Le projet d'hôtel implique d'ailleurs le dé-

«Nous ne doutons pas que le projet pourra aller de l'avant.»

Albert Bachmann
Syndic d'Estavayer

quelques frémissements d'opposition. L'actuel Hôtel du Lac est quant à lui préservé.

«Nous allons présenter le projet à la population dans une mouture affinée en avril, avec illustrations en 3D. Puis nous procéderons à la mise à l'en-

quête avant l'été.»

Une solution urgente à trouver pour cet été

Si la nouvelle construction ne peut qu'avancer pas à pas, le sort de l'actuel Hôtel du Lac, propriété des promoteurs du nouvel hôtel, appelle par contre la recherche d'une solution urgente. L'exploitant a dû se résoudre à rendre son tablier. «Il a pourtant mouillé sa chemise pour tenter de faire tourner l'établissement», relève Pierre Aguet. Du coup, hôtel et restaurant sont fermés. «Nous espérons trouver un nouvel exploitant d'ici fin avril pour assurer une réou-

A Villars, l'avenir de l'hôtel Le Bristol demeure incertain

Des repreneurs potentiels manifestent leur intérêt, mais le sort juridique de l'hôtel n'est toujours pas défini.

Fermé en pleine saison hivernale sur ordre de la Police du commerce, l'hôtel 4 étoiles Le Bristol de Villars affiche toujours porte close (htr du 8.02.13). Une réouverture «le plus vite possible» est évidemment espérée dans la station des Alpes vaudoises. Mais quand?

«Quatre repreneurs potentiels, actifs dans la branche, ont déjà manifesté un intérêt. C'est la bonne nouvelle! J'espère donc une réouverture pour la saison



La réouverture estivale du Bristol n'est pas garantie.

placement de la pisciculture du bord du lac. Une pétition - rejetée par l'Etat - et une récente manifestation ont montré une volonté d'un noyau d'habitants de conserver ce symbole du patrimoine local.

«C'est l'action d'une petite minorité. Je suis convaincu que la majorité de la population est favorable au projet d'hôtel», déclare le syndic.

«Un retard de six mois ne nous décourage pas.»

Dans une région où les coutumes pasciales sont nombreuses, la réalisation de ce projet pourrait-elle se transformer en un long chemin de croix?... On ne perçoit pas cette crainte dans les propos de Pierre Aguet, représentant des promoteurs: «Tout ce qui ralentit l'avancement du projet est certes regrettable, mais nous sommes heureux qu'il ait obtenu l'adhésion de 100% du Conseil communal et d'une grande majorité du

Conseil général. Donc, un retard de 6 mois ne nous décourage pas! Nous nous réjouissons de présenter prochainement le projet à la population et nous espérons une mise à l'en-

quête avant l'été.»

Une solution urgente à trouver pour cet été

estivale», déclare le directeur de Villars Tourisme, Serge Beslin. Un optimisme dont on ne peut vérifier s'il est fondé, car on ignore présentement quel sort juridique est réservé aux deux sociétés - exploitante et immobilière - qui coiffaient cet établissement jusqu'à sa fermeture.

Une liquidation semble avoir été prononcée pour l'une, alors que l'autre serait au bénéfice d'un recours accepté. Dernier responsable de la société d'exploitation du Bristol, Jean-Pierre Leubaz se borne à répondre depuis sa fiduciaire genevoise qu'il «ne communique pas avec la presse». Dès lors, tant qu'il n'y a pas certitude quant au règlement du passé financier de l'établissement villardou, une reprise risque bien de se faire attendre. Laquelle passe aussi par un accord avec les multiples copropriétaires du bien.

Syndic d'Oron, Jean-Luc Chollet espère aussi une solution rapide, «au moins pour la prochaine saison d'hiver», tout en précisant que la commune ne peut en rien influencer l'avenir du Bristol. Lequel demeure donc, en l'état, incertain.



Le projet de construction d'un nouvel hôtel à Estavayer (ici, la maquette) a été retardé d'au moins six mois.

En bref

Suisse

Deux nouveaux itinéraires Relais & Châteaux

Les nouvelles cartes routières Relais & Châteaux comprennent deux itinéraires en Suisse. Le premier a été imaginé par Philippe Vuillemin, maître de maison à l'Hôtel de la Cigogne à Genève; il va du lac Léman au massif du Jura. Le second, dessiné par Pierre Berczal, tenantier de l'hôtel Les Sources des Alpes à Loëche-les-Bains, invite à découvrir la Suisse à moto, en sept jours. Ces deux «Routes du Bonheur» font partie des 33 itinéraires de l'association Relais & Châteaux. Ils sont thématiques sur neuf cartes routières et répartis dans 14 pays d'Europe, d'Amérique et d'Afrique.

l'dd

ANNONCE

1 MILLION POUR LA GASTRONOMIE INSCRIVEZ-VOUS JUSQU'AU 19 AVRIL !

FRANCS FRANKEN FRANCHI HENNIEZ

50

50

HENNIEZ INVITE SES CONSOMMATEURS AU RESTAURANT

En offrant 1 million de francs en bons-restaurant, HENNIEZ soutient la gastronomie et invite ses consommateurs à découvrir les bonnes tables de Suisse. Chaque jour de mai à juillet, 200 bons-restaurants de CHF 50.- pourront ainsi être gagnés sur www.henniez.ch

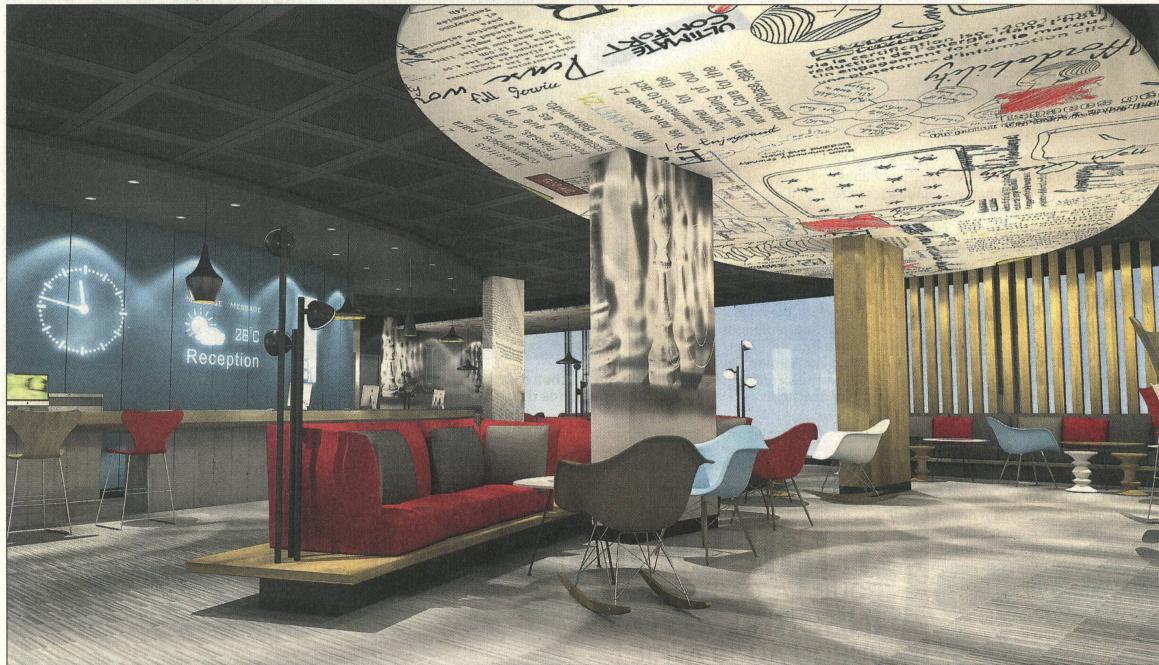
Vous souhaitez augmenter la fréquentation de votre restaurant et le faire découvrir à de nouveaux clients? Inscrivez-vous dès aujourd'hui en contactant votre représentant HENNIEZ ou en envoyant un email à info.ch@waters.nestle.com!

HENNIEZ

*Opération réservée aux clients actuels et futurs d'HENNIEZ.

cahier français

htr hotel revue
No 12 / 21 mars 2013



Le design du nouvel Ibis du quartier des Nations à Genève opte pour davantage de convivialité. La réception s'ouvre sur un espace lounge (ici, en image de synthèse). ldd

Potentiel du hors luxe

Un nouvel hôtel d'une grande chaîne vient d'ouvrir à Genève. Sa présence sur le marché de l'hébergement économique menace-t-elle les petits établissements?

OLGA YURKINA

Le secteur de l'hébergement économique à Genève est en pleine expansion. D'abord, depuis le début de la crise, la demande augmente de la part des entreprises qui ont revu leurs budgets de voyages à la baisse et optent désormais pour les compagnies low-cost et les hôtels économiques. Le groupe Accor, premier opérateur mondial de l'hôtellerie, a ouvert un nouvel Ibis de 216 chambres dans le quartier des Nations au centre de Genève, élargissant son parc genevois à dix établissements. Avec un concept design innovant (lire ci-contre), Ibis Genève Centre Nations devrait ré-

La crise profite aux 2 et 3 étoiles

«Depuis 2008 la conjoncture a fait augmenter la demande pour des hôtels de catégorie plus basse. Ce phénomène s'est amplifié ces derniers mois», relève Laurent Patrelle, directeur de l'Hôtel Tor, (trois étoiles) et membre du comité des hôteliers genevois.

Un autre filon de l'hôtellerie hors luxe à Genève, les organisations non-gouvernementales internationales et les institutions de

pondre à la demande croissante autour des organisations internationales, mais aussi offrir un nouveau confort à petit prix aux touristes et voyageurs d'affaires.

Son ouverture ne renforce pas seulement la présence du groupe sur le marché de l'hôtellerie économique, mais pose de nouveaux critères de qualité dans ce secteur sollicité en temps de crise. L'hôtellerie de chaîne, recèle-t-elle un danger pour les établissements traditionnels?



«Nous devons répondre aux exigences plus pointues des clients.»

Laurent Patrelle
directeur de l'Hôtel Tor

l'ONU suivent aussi la tendance budgétaire. «Depuis quelques années les gouvernements appliquent la politique de réduction des coûts de voyage et on dépasse de moins en moins la catégorie 4 étoiles. Et puis, les participants des conférences internationales viennent aussi de pays avec un budget restreint, par exemple, du tiers mondial. Il est très important dans ce contexte d'élargir le marché de l'hôtellerie économique», note Marc-Antoine Nissille, président de la Société de hôteliers de Genève et directeur des hôtels Tiffany et East-West.

A son avis, l'ouverture de nouveaux établissements dans cette catégorie n'engendre pas la concurrence, mais, à l'inverse, est bénéfique pour le développement de la destination: plus il y a d'hôtels, plus les possibilités existent pour élargir l'offre en congrès ou salons. Au final, tout le monde en profite. Genève reste une ville

d'affaires plutôt que de loisirs, d'où les prix bas le week-end et les pics d'occupation lors des conférences.

En moyenne, la demande reste assez élevée pour que l'arrivée des grandes chaînes dans le secteur de l'hôtellerie économique n'éteigne pas les établissements indépendants. «Le marché est suffisamment porteur pour contraindre le monopole des groupes hôteliers,

explique Laurent Patrelle. Et puis, il y a deux catégories de clients, ceux qui ont leurs habitudes dans les hôtels de chaîne et ceux qui recherchent des hébergements plus authentiques avec un accueil plus personnel».

Selon lui, un autre atout des hôtels privés réside dans leur implantation traditionnelle en centre-ville. Même si les groupes hôteliers reprennent certains bâti-

ments, comme c'est le cas pour le nouvel Ibis, les hébergements indépendants conservent leur situation privilégiée. Ainsi, la répartition du marché entre les privés et les géants de l'hôtellerie reste équilibrée. Par contre, cela n'enlève pas la pression exercée sur les gérants indépendants en matière de marketing.

L'effet stimulant de nouveaux acteurs sur le marché

«Sans avoir les moyens marketing des grandes chaînes, nous devons répondre à des exigences plus pointues de la part de la clientèle», note Laurent Patrelle. Le responsable marketing de l'Hôtel Bernina (3 étoiles), Mike A Porta, renchérit: «Nous regardons avec appréhension l'arrivée d'Accor sur le marché des deux étoiles supérieures au centre de Genève. Une partie de la clientèle des trois étoiles sera attirée par leur produit de chaîne standardisé, avec un niveau de confort élevé et des prix cassés. Nous devrons nous adapter dans la mesure de nos moyens».

Une situation fragile pour les petits hôtels qui se font dérober leurs clients, d'une part par des tarifs spéciaux des quatre étoiles qui approchent les prix budget en période creuse, d'une autre, par la politique des offres avantageuses des grands groupes.

Toutefois, Laurent Patrelle et Mike A Porta se rejoignent sur l'idée que la concurrence saine est un avantage car elle incite à la perfection dans les deux sens. Les petits hôtels tendent à suivre les nouveautés du marché tandis que les grandes chaînes misent sur la création d'espaces plus conviviaux et l'accueil personnel.

«La pression est bénéfique car elle nous oblige à rénover nos espaces, à améliorer l'accueil et la qualité du service. En plus, nous mettons en valeur le cachet, un charme authentique que les hôtels de chaîne n'ont pas», illustre Mike A Porta. «Les normes de l'hôtellerie économique ont changé, le niveau est plus élevé, un concept fort est recherché, relève Marc-Antoine Nissille. Il se crée un nouveau confort économique».

Evolution l'Ibis plus convivial

Avec Ibis Genève Centre Nations et ses 216 chambres, Accor Suisse revisite son concept de l'hébergement milieu de gamme. «Pour l'instant, il n'existe que trois Ibis avec ce design novateur: à la Porte d'Italie à Paris, à Bilbao en Espagne et maintenant à Genève Nations. Une première en Suisse, le concept sera déployé par la suite sur l'ensemble des établissements de la marque, nouveaux ou rénovés», relate Luc Rosso, directeur de Ibis Nations. Le changement s'opère simultanément au niveau du design, du confort et du service. L'espace accueil est repensé avec une

réception ouverte sur la zone lounge. Cet environnement chaleureux transforme le foyer en espace de vie convivial.

«Dans les Ibis classiques, le client ne passeait à la réception que pour un check-in ou check-out, note Luc Rosso. La nouvelle conception favorise aussi la communication entre les clients et le personnel». Les chambres d'une dernière génération sont équipées d'une literie innovante et conçues de manière à offrir les meilleures conditions pour le travail et pour la détente. Comme tous les produits de l'enseigne depuis 1997, Ibis Nations est certifié ISO 9001 au niveau qualité

du service et répond aux normes de la certification environnementale ISO 14001. Ainsi, tout problème signalé par un client doit être résolu dans le délai de 15 minutes. Dans le même esprit de perfection, Accor Suisse envisage de développer son parc hôtelier à Genève et en Suisse à grands pas dans les prochaines années, notamment dans le segment de l'hébergement budget.

«Le danger de la concurrence à l'interne est exclu car il subsiste entre les enseignes de la marque une complémentarité due à l'emplacement géographique et à la clientèle visée», souligne Luc Rosso.

oy



Là, même les Chinois en font de grands yeux: textiles made in Switzerland

La seule maison en Suisse de tissage de toiles pour l'hôtellerie et la gastronomie fabrique depuis plus de 140 ans des textiles de haute qualité. L'entreprise traditionnelle de Burgdorf compte aujourd'hui parmi les plus modernes d'Europe pour le tissage jacquard.

Schwob AG, Kirchbergstrasse 19,
3401 Burgdorf, schwob.ch

Schwob
textiles of Switzerland

In den Online-Buchungsportalen leuchten dem Nutzer oft Sterne entgegen, deren Urheberschaft fragwürdig ist. Die Hotelstars Union will Ordnung am Sternenhimmel schaffen.

ALEX GERTSCHEN



Damit Sterne nichts Falsches versprechen: Hotelstars Union will bei der Vereinheitlichung der Hotel-Klassifikation die Online-Buchungsportale in die Pflicht nehmen.

Fotolia

Verwirrendes Sternenbild

Ein Stern ist ein Stern. Die Abwandlung von Gertrude Steins berühmtem Satz «A rose is a rose is a rose», wonach Dinge eben sind, was sie sind, trifft in der Hotellerie unzureichend zu. Neben den Sternen der in der Hotelstars Union (HSU) zusammengeschlossenen Verbände (vgl. Text nebenan) gibt es eine veritable Milchstrasse von Sternen, die andere Verbände, einzelne Hotels oder Internetportale in der Welt gesetzt haben. Wegen des raschen Wachstums der Portale kommt gerade deren Sterne eine grosse und durchaus problematische Bedeutung zu – nicht nur aus der Sicht der HSU.

Franziska Troesch-Schnyder, die Präsidentin des Konsumentenforums kf und langjähriges Mitglied der Unabhängigen Rekursinstanz von hotelleresuisse, sagt: «Wenn es stimmt, dass all die Sterne, die in den Portalen Hotels zuge-

schrieben sind, nicht von anerkannten Verbänden vergeben worden sind, dann handelt es sich um eine Täuschung des Konsumenten.» In den Augen des Konsumenten bedeutet ein Sternenbewertung, dass ein Hotel von einer unabhängigen Instanz geprüft worden sei.

Sara Stalder, die Geschäftsleiterin der Stiftung für Konsumentenschutz, pflichtet bei. Wie jedes Label verlangt die Verwendung von Sternen nach einer Prüfung entlang gewisser Kriterien. «Es geht natürlich nicht, dass sich Hotels selber Sterne vergeben», sagt sie.

Doch genau diese Praxis ist im Wachstumsmarkt der Online-Buchungen nach wie vor verbreitet. Die meisten Portale führen Sterne, die auf Informationen der betroffenen Betriebe basieren.

Der europäische Dachverband der Hotel- und Gastronomiebranche, Hotrec, nahm die Bekämpfung willkürlicher Bewertungen



«Von Hotels selbst zugeschriebene Sterne sind eine Täuschung des Konsumenten.»

Franziska Troesch-Schnyder
Präsidentin Konsumentenforum kf

und Sterne-Vergaben im Internet bereits im vergangenen Jahrzehnt auf. Aber erst seit Kurzem verfügt er über die Daten und technischen Mittel, um den Portalen die Sterne der eigenen Mitgliedsverbände als attraktive und gangbare Alternative anzubieten.

Auch in der Hotellerie ein Europa der unterschiedlichen Tempi

Eine erste Voraussetzung wurde im Rahmen der 2009 gegründeten Hotelstars Union (HSU) geschaffen, nämlich die sukzessive Har-

monisierung des Kriterienkatalogs der Klassifikation. Eine zweite Bedingung wurde mit der Erstellung einer Datenbank erfüllt, die alle von den HSU-Verbänden klassifizierten Hotels enthält. Damit diese Daten den Portalen zur Verfügung stehen, bedarf es drittens einer technischen Schnittstelle. Eine solche besteht zwischen der HSU und dem Portal HRS bereits, und demnächst wird eine entsprechende Verbindung auch mit der Datenbank von Expedia in Betrieb genommen.

Obwohl es auch in der Hotellerie ein Europa der unterschiedlichen Geschwindigkeiten gibt, erst die Hälfte der Hotrec-Mitgliedsländer der HSU angehört, haben die Hotelverbände laut Markus Luthe nunmehr ihre «Bringschuld» getilgt. Der Hauptgeschäftsführer des Hotelverbands des Deutschland (IHA) leitet die Arbeitsgemeinschaft «Distributiv» in Hotrec. In dieser Funktion vertritt er die HSU gegenüber den Online-Buchungsportalen. Im Interview sagt Luthe, er sei mit

dem bisher Erreichten weder zufrieden noch unzufrieden (vgl. folgende Seite).

Exklusivität der HSU-Klassifikation von grossen Portalen abgelehnt

Tatsächlich ist die HSU vom eigentlichen Ziel, der exklusiven Verwendung der eigenen Sterne im Markt, weit entfernt. Von den drei grossen Portalen – Booking, HRS und Expedia – hat keines die Maximalforderung akzeptiert.

Fortsetzung auf Seite 12

Einheitliche Klassifikation in Europa

Die Hotelstars Union (HSU) ist ein Verbund europäischer Hotellerieverbände. Sie bewirkt die Harmonisierung der Kriterien und Prüfungsmechanismen der Sternen-Klassifikation. Auf diesem Wege sollen die Qualität in der Branche und die Transparenz für die Kunden verbessert werden.

Die HSU wurde 2009 von sieben Verbänden gegründet, unter ihnen hotelleresuisse. Die Union ging aus einem Prozess hervor, den Hotrec, der europäische Dachverband der Hotel- und Restaurationsbranche, 2004 mit einem Seminar über eine einheitliche Hotel-

Klassifikation gestartet hatte. Mittlerweile zählt die HSU 13 Mitgliedsländer, die sich auf die einheitliche Sternen-Klassifikation verpflichtet haben. Erst vor wenigen Wochen ist Belgien beigetreten, und die Aufnahme Dänemarks ist demnächst zu erwarten.

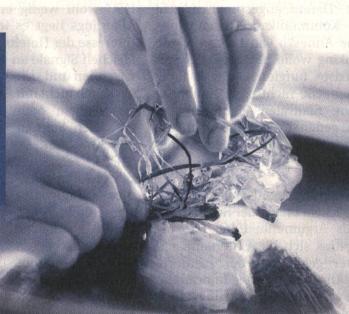
Hotrec, mit Sitz in Brüssel, unterstützt die Kooperation zwischen den nationalen Verbänden und vertritt die Brancheninteressen gegenüber den Institutionen der Europäischen Union. Die Dachorganisation wird vom Schweden Kent Nyström präsidiert und hat insgesamt 44 Mitgliedsverbände aus folgenden 27 Ländern:

Belgien*
Dänemark
Deutschland*
Estland*
Finnland
Frankreich+
Griechenland*
Großbritannien
Irland
Italien+
Kroatien
Lettland*
Litauen*
Luxemburg*

Malta*
Niederlande*
Norwegen*
Österreich*
Portugal
Schweden*
Schweiz*
Slowakei
Spanien+
Tschechische Republik*
Ungarn*
Türkei
Zypern

* zugleich Mitgliedsland der Hotelstars Union / + Beobachter

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.



WWW.HOTELA.CH

ANZEIGE

Booking.com

CHF Schweizer Franken Deutsch Mein Booking.com Feedback zur Webseite

Anmelden und Buchungen verwalten. Sie haben kein Konto? Jetzt registrieren!

startseite schweiz wallis zermatt suchergebnisse

Hotels suchen

Reiseziel / Hotelname: Zermatt

Entfernung: auswählen...

Check-in-Datum: Mo 8 April 2013

Check-out-Datum: Sa 13 April 2013

Reisedatum noch unbekannt

Zimmer: 1

Erwachsene: 2

Kinder: 0

Suche

Zermatt ist zu Ihren Reisedaten sehr gefragt, die Preise könnten also höher sein.
Tipp: Versuchen Sie es mit einem anderen Reisedatum.

324 Unterkünfte in Zermatt gefunden, 84 verfügbar. Ergebnis

Sortieren nach: Booking.com empfiehlt Sterne Lage Preis

Christania Hotels & Spa
Zermatt • Karte anzeigen
Das Christania Hotel ist die Sie ins 5st Gehirn.
... unterirdischer Seilbahn, welche Sie alle Skiroute des

HOTELSTARS.EU
Klick auf das Matterhorn
Stormierung Frühstück inbegriffen
Doppelzimmer Letzte Chance! KOSTENLOSE Stormierung
Frühstück inbegriffen

Albana Real ★★★★
Zermatt • Karte anzeigen
Das in Zermatt gelegene Hotel

Hervorragend, 9.1
Ergebnis von 386 Bewertungen

Jetzt buchen

Preis für 5 Nächte CHF 1.650

Verfügbar

Letzte Chance!
Nur noch 1 verfügbar CHF 1.500

Sehr gut, 8.5
Ergebnis von 108 Bewertungen

Nach sind es nicht offizielle Hotel-Sterne, die auf booking.com leuchten. Die europäische Hotelstars Union will dies ändern.

Den Portalen die Stirn bieten

Markus Luthe leitet im europäischen Dachverband Hotrec den Distributionsausschuss. Er will die Online-Portale dazu bewegen, die offiziellen Sterne zu verwenden.

ALEX GERTSCHE

Markus Luthe, vor wenigen Wochen hat es Booking abgelehnt, die Sterne der Hotelstars Union (HSU) auf dem eigenen Portal zu kennzeichnen, geschweige denn, nur diese Sterne zu führen. Was gedenken Sie nun zu tun? Das ist enttäuschend und nicht im Interesse des Verbrauchers. Der Portalbesucher muss wissen, was hinter einem Stern steckt und was er von einem Hotel erwarten kann. Niemals erwartet der Verbraucher, dass sich hinter diesen Portalsternen lediglich eine Selbsteinstufung des Hotels verbirgt. Deshalb werden wir eine Haltung wie die von Booking.com auch

öffentlicht thematisieren und auf Abhilfe drängen.

Ist der Druck der Öffentlichkeit das einzige Mittel der HSU, um sich in den Verhandlungen durchzusetzen?

Angesichts der Marktmacht der Portale befinden wir uns in einer starken Verhandlungsposition. Wobei «Verhandlungen» schon das falsche Wort ist für eine mitunter recht eindimensional verlaufende Kommunikation. Im Rahmen einer Hotrec-Task-Force haben wir schon 2009 Fairness-Anforderungen an Online-Portale formuliert. Seither ist die Konvergenz von Buchungs-, Such- und Bewertungsportalen sehr schnell vorangeschritten, weshalb wir unseren Anforderungskatalog Ende 2011 überarbeitet und thematisch gebündelt haben. Die aktuelle Version ist auf der Hotrec-Website veröffentlicht.

Wäre es nicht vielversprechender, mit Portalen wie Booking bilaterale Lösungen auszuhandeln, statt einseitig Forderungen aufzustellen? Wir haben unsere Positionspapiere stets im Dialog mit den Portalen entwickelt. Einige haben allerdings deutlich

positiver und konstruktiver reagiert als andere. Wir stellen daher alle Antworten der Portale ins Netz, um für eine größtmögliche Transparenz und Breitenwirkung zu sorgen. Von den insgesamt über 60 Portalen, denen wir unsere Positionen und Verbesserungsvorschläge zugesandt hatten, haben aber einige nicht einmal geantwortet. Bezuglich der geforderten Verwendung der offiziellen Hotelsterne sind uns allerdings von den grossen Portalen HRS und Expedia zumindest einen Teil des Weges entgegengekommen.

Was heisst dies?

Während die Deutsche Hotelklassifizierung knapp 8500 Betriebe mit Sternen bewertet, vergibt beispielsweise HRS in Deutschland an geschätzte 15 000 Hotels «HRS-Sterne» – auf der Basis einer Eigenauskunft des Hotels. Dies stellt uns natürlich nicht zufrieden, doch weist HRS wenigstens die nach Deutscher Hotelklassifikation eingestuften Häuser im Informationsteck des jeweiligen Hauses als solche aus, ebenso die Anzahl offizieller Sterne. Überdies gleicht HRS diese Daten wöchentlich und automatisch mit uns ab. Mit Expedia



«Gegenüber den Portalen sind wir nicht in einer starken Verhandlungsposition.»

Markus Luthe
Hotrec/Hotelstars Union

haben wir zwischenzeitlich Ähnliches vereinbaren können.

Was bewirkt der Abgleich der Daten genau?

Die Hotelstars Union sieht sich in der Verantwortung, relevante Portale eine Datenbank der in den Mitgliedsländern offiziell klassifizierten Betriebe zwecks Datenabgleich zur Verfügung zu stellen. Technisch kann dies automatisiert über eine XML-Schnittstelle oder per traditionellem Dateiaustausch unter Einhaltung der einschlägigen Datenschutzbestimmungen erfolgen. Damit versetzen wir

die Such- und Buchungsmaschinen in die Lage, den Hotels stets die korrekte, offizielle Sternenangabe zuzuordnen.

Handelt es sich hierbei um «nationale» oder «europäische» Lösungen?

Der Export der Sternedaten mehrerer Länder ist für die Portale sicherlich deutlich attraktiver als der Abgleich mit einem einzelnen Land. Das Feedback der kooperierenden Portale dazu ist jedenfalls bislang sehr positiv. In einigen Fällen exportieren wir aber testweise zunächst einmal nur die Klassifikationsdaten eines Landes, um Erfahrungswerte zu sammeln. Da die Datenbank der Hotelstars Union in Zukunft weiter wachsen wird, wird sich auch der Abglechaufwand für die Portale weiter reduzieren.

Sind Sie mit dem bisher von der HSU Erreichten zufrieden? Wir sind jedenfalls auf einem guten Weg. Wir begrüssen es beispielsweise, dass subjektive Kundenbewertungen von Hotels beim nicht ganz unwichtigen Suchportalen Google nicht mehr wie die von Konsumgütern wie Autos oder Fernsehern in Sternen ausgedrückt werden. Seit Kurzem werden bei Google

Gästebewertungen auf einer Skala bis zu 30 Punkten eingeordnet und eben nicht mehr von ein bis fünf Sternen. Dies entspricht einer der zentralen Forderungen, die im Positions-papier von Hotrec erhöhen wird.

Vertreter in Brüssel und gegenüber Distributeuren

Der 47-jährige Markus Luthe ist seit 2005 Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland (IHA). Für den Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) zeichnet er seit der Einführung der deutschen Hotelklassifikation 1996 unter anderem für die Hotelsterne und seit ihrer Gründung 2009 auch für die Hotelstars Union verantwortlich. Von 2007 bis 2011 war er Vorsitzender des Qualitätsausschusses des Dachverbandes Hotrec – Hotels, Restaurants und Cafés in Europa. Seit 2010 gehört er dem Executive Committee von Hotrec an, und seit 2012 hat er im europäischen Dachverband den Vorsitz des Ausschusses für Distribution inne. axg

Fortsetzung von Seite 11

HRS und Expedia haben sich aber bereit erklärt, zum einen die Urheberschaft einer Sterne-Bewertung offenzulegen und zum anderen die eigenen Sterne mit jenen der HSU abzugleichen. Bei Abweichungen wird eine Untersuchung eingeleitet. Expedia hat sich als langfristiges Ziel gesetzt, gar weltweit die eigene Bewertung der Hotels mit der offiziellen Klassifikation zu vergleichen – in

Europa mit jener der HSU-Mitglieder. Doch noch sei nicht abzusehen, wann dieser Prozess in den einzelnen Ländern abgeschlossen werde, schreibt Veit Fuhrmeister, Senior Director von Expedia für die Märkte in der Schweiz, Frankreich, Deutschland, Österreich und Osteuropa, in einem Mail an die htr hotel revue.

Anoeka van Leeuwen, Kommunikationschefin, Booking

Booking hingegen hat erst vor wenigen Wochen der HSU in einem Mail an Markus Luthe zum wiederholten Mal eine Absage er-

teilt. Darauf angesprochen, teilt die Kommunikationsverantwortliche Anoeka van Leeuwen mit, Booking wolle nicht als «Sternen-Polizist» fungieren. Diese Rolle entspreche nicht einer unabhängigen, neutralen Plattform. Zudem gedenke die Firma nicht, ihre Kundendatenbank gegenüber Dritten zu öffnen.

Booking argumentiert mit möglichem Unmut der Hoteliers

Als Argumente führt Booking an, dass sich die Unterkunftsanbieter gegenüber der Plattform zur Angabe korrekter Informationen verpflichteten und über einen Abgleich dieser Daten mit der

HSU wohl wenig erbaut wären. Allerdings liegt es im ureigenen Interesse der Hotelbetriebe, keine falschen Signale an den Gast auszusenden und sich also auch nicht mit zu wenigen oder zu vielen Sternen zu schmücken.

Dies zeigt das Beispiel eines Bremer Budgetdesign-Hotels, das sich zunächst nicht klassieren

ließ, so überhöhte Erwartungen weckte und deshalb in den Online-Buchungsportalen schlechte Kundenbewertungen erhielt (vgl.

Text auf der Seite 13 unten). – Aus Sicht der Konsumentenschützer spricht ohnehin nichts gegen eine international vereinheitlichte und auch durchgesetzte Klassifikation.

«Grösstmögliche Transparenz dank international einheitlicher Klassifikation.»

Sara Stalder
Geschäftsleiterin, SKS

Laut Sara Stalder von der Stiftung für Konsumentenschutz und Franziska Troeschnig vom Konsumentenforum kf ist nur so grösstmögliche Transparenz zu erreichen.

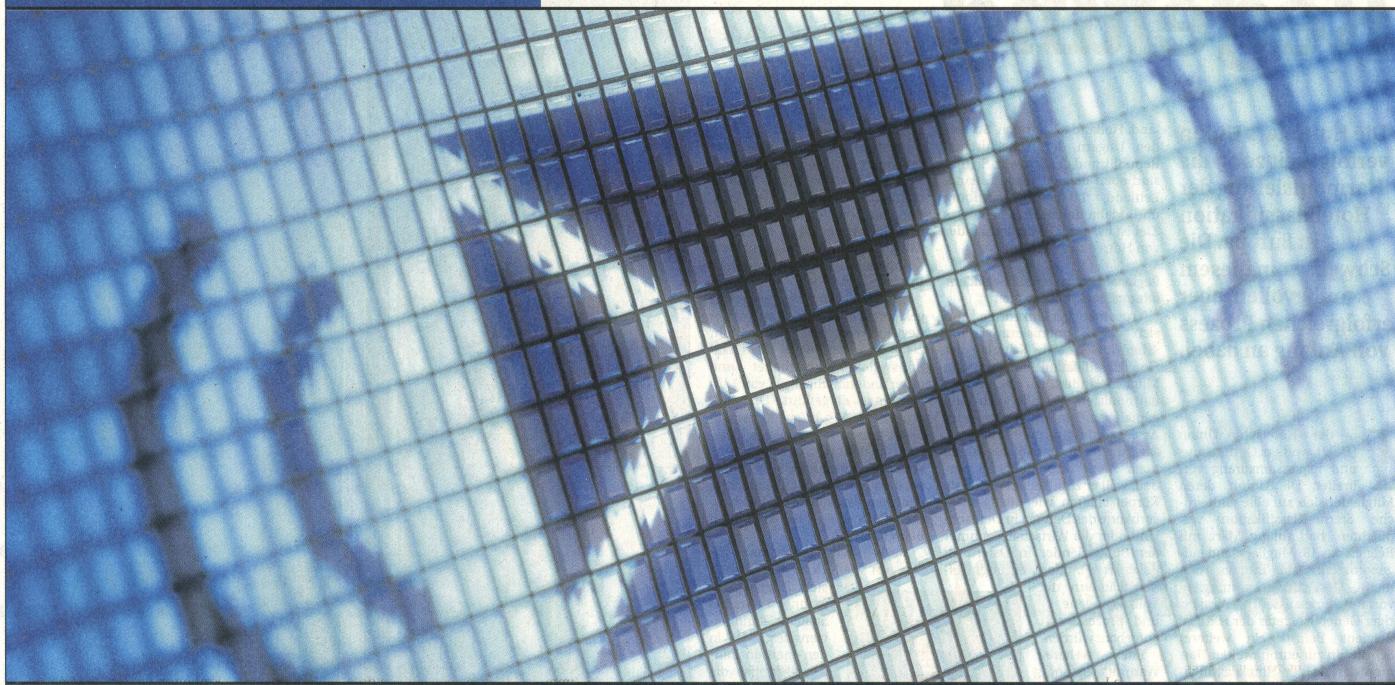
Aus diesem Grund bedauern sie den vor zwei Jahren gefällten Entscheid des Bundesgerichts, dass

in der Schweiz die Sterne als Label nicht geschützt sind. Sie kritisieren aber auch, dass sich die Verbände seither nicht auf ein einheitliches Sterne-System haben einigen können.

Durchsetzung der HSU-Sterne als zirkuläres Problem

Sollten sich die Sterne der HSU durchsetzen, dürften sie in den Ländern mit mehreren Klassifikationssystemen – also auch Italien oder Spanien – den Harmonisierungsdruck erhöhen. Doch sind just auch länderinterne Differenzen zu überwinden, damit die europäischen Sterne deneinst alleine am Himmel leuchten.

Hotel-News auf einen Klick?



Der elektronische Newsletter von hotelleriesuisse informiert Sie ...

... monatlich über branchenspezifische, politische, wirtschaftliche und bildungstechnische Neuigkeiten sowie über aktuelle Angebote des Verbandes.

Registrieren Sie sich jetzt unter
www.hotelleriesuisse.ch/newsletter



hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.

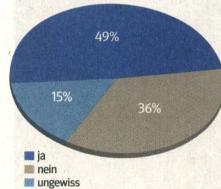

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Leser-Echo

Gegen höhere Vignettenpreise

Das Schweizer Parlament hat entschieden, den Preis der Autobahnvignette ab 2015 von 40 auf 100 Franken zu erhöhen. Ein falscher Entscheid. Das meint nicht nur der Tessiner Verkehrsverein, sondern auch die grosse Mehrheit der User, die an der Umfrage auf www.htr.ch teilnahmen.

Frage: Schaden die neuen Vignettenpreise dem Tourismus?



«Freude herrscht, aber nicht bei den Touristern»

Was User auf unserer Homepage zur Vignettenfrage meinen.

Der Tourismus in der Schweiz kämpft schon beträchtlich mit dem teuren Franken. Wir im Wallis noch zusätzlich mit den Kosten des Autoversands, und jetzt muss ein Tourist für rund 4 bis 6 Stunden Benützung auch noch 100 Franken bezahlen! Wie viele Barrieren verträgt der Tourismus in unserem Land? Freude herrscht – aber nicht bei den Touristern.

M. Bumann, Saas-Fee

Die Schweiz ist eh schon so teuer. Entweder gebe ich das Geld unterwegs aus, oder ich spare es mir, fahre ohne Halt durch die Schweiz und lasse die Sehenswürdigkeiten links liegen. Das kommt mich günstiger.

Astrid B., Rottweil

Ich lebe im Dreiländereck, und mir gefällt die Schweiz sehr gut. Aber dieses Land darf sich nicht mehr beklagen, wenn die Touristen wegbleiben. Statt dass man versucht, etwas gegen die Frankenstärke zu unternehmen, wird man noch teurer. Ich werde mir in Zukunft gut überlegen, einen Tagesausflug in die Schweiz zu machen, wenn ich einen so hohen Strassenzoll bezahlen muss.

Leonard G., Bartenheim

Solange man sich ein Auto leisten kann, kann man ein paar Fränkli mehr für die Vignette zahlen.

Robert M.

Eine Studie von GDI und Senesuisse zeigt, wie Schweizer in Zukunft altern. Clovis Défago, Präsident von Senesuisse, nimmt Stellung: Er prophezeit das Ende der Pflegeheime.

GUDRUN SCHLENZKE

Clovis Défago, welches Ergebnis der Studie hat Sie als Präsident von Senesuisse besonders erstaunt?

Erstaunt hat mich, dass seit Einführung der AHV das AHV-Alter gleich geblieben ist – trotz deutlich gestiegener Lebenserwartung.

Hinkt die Politik der Realität hinterher?

Es stellt sich die Frage, ob die Wirtschaft überhaupt so viel Arbeit hätte, um die Menschen länger zu beschäftigen. Zudem sind die einen noch leistungsfähig und – willig beim Eintreten ins AHV-Alter, andere sind körperlich verbraucht. Deshalb fordert die Studie ja auch ein flexibles Rentenalter.

Was bedeutet das nun für die Wohnform im Alter?

Ich bin seit über 30 Jahren im Heim-Business tätig. Schon zu Beginn habe ich gesagt, dass Altersheime keine Zukunft haben. Traditionelle Altersheime sind verschwunden. Und auch für Pflegeheime prognostizierte ich keine Zukunft: In 20 bis 30 Jahren wird es für die Betagten ganz neue Wohnformen geben.

Welche Wohnform schwebt Ihnen da vor?

Individuelle Wohnen mit individuell buchbarem Service. Der Trend zu dieser Art des Wohnens im Alter in einer Kleinwohnung mit Service hat ja bereits begonnen.

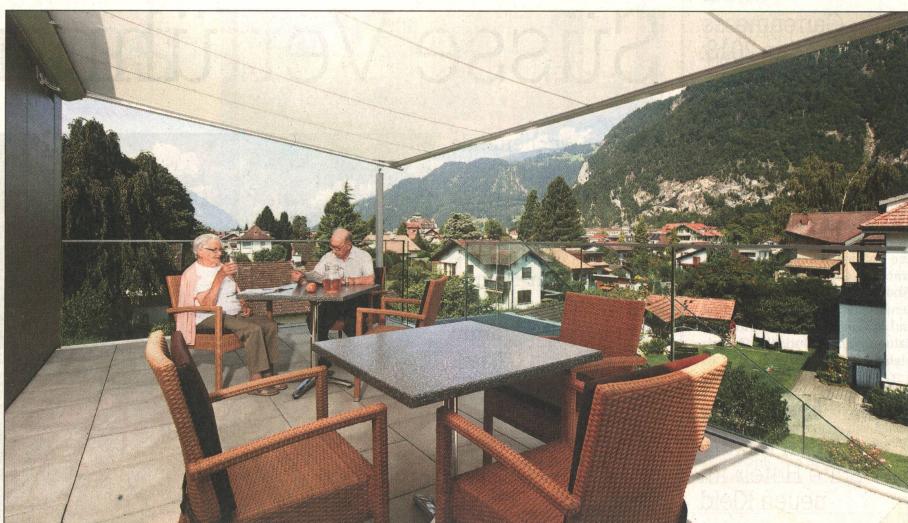
Wohnen mit

Service können sich wohl nur besser Verdienende leisten. Ich spreche nicht von Hochpreis-Residenzen. Sondern von normalen Wohnungen mit normalen Mietzinsen, aber mit einer spezifischen Ausstattung fürs Alter.



«Für Pflegeheime sehe ich keine Zukunft. Es wird ganz neue Wohnformen geben.»

Clovis Défago
Präsident Senesuisse



Das Alterswohnheim Rosenau in Interlaken wird dieses Jahr durch Wohnungen mit Dienstleistung ergänzt. Die Bewohner der neu erstellten Wohnungen können die Infrastruktur des Heimes mitbenützen. Das Haus bewirbt sich zudem für den Age Award 2013. Zvg

Altern mit Service

Welche Ausstattung ist nötig?

Abgesehen davon, dass man hinderungsfrei bauen sollte, gilt es kantonale Vorschriften, sobald in einer Wohnung eine Dienstleistung angeboten wird: Das betrifft beispielsweise die Brandschutzanlage oder die Verglasung.

Verteuert das die Alterswohnungen?

Investitionsseitig muss man mit Mehrkosten von 10 Prozent rechnen. Das ist aber deutlich weniger, als die öffentliche Hand heute pro Pflegeheimplatz kalkuliert: In einer Gemeinde im Kanton Zürich wurde jüngst ein Kredit von über einer halben Million Franken pro Bett gesprochen.

Und die Miete?

Im Vergleich zum ortsüblichen Mietzins werden Wohnungen in Alterssiedlungen rund 10 Prozent teurer sein. Dazu kom-

men Dienstleistungen: Essen, Reinigung, Rufbereitschaft.

Sind Alters- und Pflegeheime also ein Auslaufmodell?

Insbesondere die Mehrbettzimmer in solchen Institutionen. Der künftige Kunde verlangt nach grossen Einzelzimmern oder sogar Ein-Zimmer-Studios mit Kochherde. Er will im Heim autonomer leben. Heute treten bereits leicht Pflegebedürftige in ein Heim ein, in Zukunft werden solche Personen in Alterssiedlungen oder ähnlichen Einrichtungen wohnen.

Wo stehen solche Siedlungen heute?

Man hat in der Vergangenheit den Fehler gemacht, diese auf der grünen Wiese zu erstellen. Dabei verlangt der weniger mobile Alte nach viel Infrastruktur in unmittelbarer Umgebung. Der ideale Standort ist also urban. Zudem sollte es keine reine Alterssiedlung sein.

Am idealsten erweist sich der Kontakt zur übernächsten Generation. Also lieber eine Kita als eine Arztpraxis im Haus. Das hält jung.

Die Aufenthaltsdauer in einem Heim wird sich verkürzen?

So ist es. Heute sind es in der Regel drei Jahre, künftig werden es weniger sein. Ich schätze, dass rund doppelt so viele Pflegeplätze zur Verfügung stehen werden.

Braucht es künftig also weniger Pflegeheime?

Nein, denn der Anteil der über 80-Jährigen wird ja deutlich zunehmen. Aber der Pflegeheimmarkt wird nicht mehr gross wachsen. Heute rechnet man in der Schweiz mit einem Bedarf von rund 30 Heimbetten pro 100 über 80-Jährige. Langfristig kalkulieren die Kantone mit einem Anteil von 25 Prozent. Später und die neuen Wohnformen mit Service werden diese Lücke füllen.

Welche Rolle spielen Hotellerie und Gastronomie in diesen Alterssiedlungen mit Service?

Alterssiedlungen benötigen einen Rundumservice: von der Reception über die Gastronomie, vom Facility Management bis hin zur Pflege. Wichtig ist, dass der Betagte nur die Dienstleistung beziehen und bezahlen muss, die er auch haben möchte. Der eine bevorzugt, das warme Essen mal geliefert zu bekommen, der

andere diniert lieber im Restaurant.

Ein Betätigungsfeld für Caterer?

In Deutschland sieht man das viel, für die Schweiz erachte ich das persönlich als kritisch, da wir kaum 200- bis 300-Bett-Einheiten haben. Zudem kommt dem Essen im Leben der Betagten eine zentrale Rolle zu. Der Kontakt zur Küche ist sehr wichtig.

Studie Die Zukunft des Alterns: mobil, aktiv, flexibel

Im Auftrag des Verbandes der Privatheime Senesuisse erarbeitete das GDI Gottlieb Duttweiler Institute «Die Gesellschaft des langen Lebens». Das Interesse an der Präsentation der Studie war riesig: Statt der erwarteten 150 meldeten sich 300 Heimleiter, Politiker usw. an. Die Studie zeigt: Gealbert wird flexibel, Pflegeleistungen avancieren zum Servicepaket, Heim und Daheim verschmelzen. gsg

info@senesuisse.ch

ANZEIGE

Wenn

DER GAST

ein Restaurant
weiterempfiehlt, dann

IST

der Wirt

KÖNIG



Testen Sie das Empfehlungs- und Reservations-System Foratable
3 Monate gratis:

- thumb up Automatische Weiterempfehlungen
- check Über 30 Medien- und Tourismus-Partner
- phone Reservationsannahme per Telefon
- book Guest-Feedbacks

JETZT kostenlos 3 Monate testen:

www.foratable.info/mehrgaeste

office@lunchgate.com Telefon +41 43 501 00 47

 **lunchgate** **forAtable**

Ausstellung

Gartenmesse Giardina 2013: positive Bilanz

Mit über 60 000 Besuchern ziehen die Organisatoren der Gartenmesse eine positive Veranstaltungsbilanz. Mehr als 250 Anbieter präsentierte während fünf Tagen Lösungen und Inspirationen für das Leben im Garten. Folgende Firmen erhielten einen Giardina Award: Eine Landscape Architecture in der Kategorie «Garten», Trüb für Grün in der Kategorie «Showgarten», Müller Naturstein-Center für ihren «Ideen Garten» und Olivia Hoffmanns Floralgärtner in «Floristik & Design» (siehe htr vom 7. März 2013).

Hotellerie

«Alden Luxury Suite Hotel» im neuen Kleid



zvg

Nach der Übernahme des Hotelmanagements durch Leonardo Hotels im April 2012 investierte die Hotelgruppe 500 000 Franken in die sanfte Renovierung des 1895 erbauten und 2004 komplett umgebauten Zürcher 5-Sterne-Hotels Alden Luxury Suite Hotel. Für die sanfte Umgestaltung verantwortlich war der international tätige Innenarchitekt Andreas Neudahm: Neu gestaltet wurden neben den öffentlich zugänglichen Hotelräumen auch die 22 Suiten.

Gastronomie

Candrian Catering macht mit an der «Earth Hour 2013»

«Earth Hour» gilt als eine der grössten, internationalen Umweltaktionen: Millionen von Menschen, ja ganze Städte, wie Zürich, schalten am gleichen Abend für 60 Minuten ihr Licht aus – als globales Zeichen für den Schutz unseres Planeten. Dieses Jahr findet die Aktion am Samstag, 23. März, statt, und auch Restaurants wie die vom Zürcher Unternehmen Candrian Catering beteiligen sich an der Aktion: So dienen die Gäste der Restaurants Da Capo, Bona Dea und Imagini von 20.30 bis 21.30 Uhr bei Kerzenlicht.

Genuss

Trieste und Napoli, Nespressos neue Limited Edition

Die neuste Limited Edition von Nespresso widmet sich thematisch zwei italienischen Städten mit ganz unterschiedlichen Kaffeekulturen: In der Hafenstadt Triest wird der Kaffee mit Milch oder ohne, in einer grossen oder kleinen Tasse, manchmal gar aus dem Glas getrunken. Ganz anders in Neapel: Hier trinkt man ihn stark und ohne Milch. Jetzt interpretiert Nespresso diese beiden Kulturen mit den gleichnamigen Editionen. «Napoli» ist eine Mischung aus Arabicas mit einem Hauch Robusta, mit holzigem Aroma (Intensität 11). «Triester» (Intensität 9) ist eine Arabica-Mischung mit runder Textur. Beide Sorten sind ab 23. März erhältlich. fee

Dieses Wochenende findet er zum zweiten Mal statt: der Salon du Chocolat in Zürich. Die Patissiers und Gastronomen erwarten ein breites Rahmenprogramm mit illustren Gästen.

FRANZiska EGLI

Die weltweit grösste Veranstaltung rund um das Thema Schokolade startet auch seine Zürcher Ausgabe traditionsgemäss mit dem «Défilé du Chocolat». Models präsentieren Abendkleider ganz aus Schokolade, welche aus der Zusammenarbeit von Schweizer Chocolatiers und nationalen Designern entstanden sind. Danach folgen drei Tage, an denen sich im Land mit dem höchsten Schokolade-Konsum pro Kopf alles nur um eines dreht: Schokolade.

Dabei dient der Salon du Chocolat auch in der Schweiz als Treffpunkt von regionalen und nationalen Akteuren aus der Schokoladenbranche. Von grossen Herstellern bis zu kleinen Manufakturen – heuer sind in der Halle 9 der Messe Zürich rund 50 Aussteller und gesamthaft über 90 Teilnehmer mit von der Partie. Das sind bereits mehr als doppelt so viele wie noch im ersten Jahr.

Zudem gibt es ein vielseitiges Rahmenprogramm, wo Gastronomen und Patissiers zusätzlich auf ihre Kosten kommen. Die

«Chocodemo» ist die Show-Küche der Messe, wo stündlich Chocolatiers und Chef Patissiers namhafter Hotels ihre Rezepte, aber auch Tipps und Tricks rund um die Schokolade und ihre Zubereitung verraten. Hier präsentieren etwa Marcel Schmitz, Chef Patissier des Zürcher Restaurants Clouds, oder Julien Leroy, Chef Patissier im Restaurant Benoît Violier des Hôtel de Ville in Crissier, wie auch Thomas Sporrer, Chef Patissier im «Gstaad Palace», je eine Schokolade-Kreation. Jana Bussert, Chef Patissier im Parkhotel Vitz-

nau stellt «Schokoladentapas» vor, während Stefan Gerber, Chef Patissier im «Badrutt's Palace» in St. Moritz, eine «Tarte Chocolat et Glace Caramel Fleur de Sel» und Sébastien Eckler, Chef Patissier im Hotel Les Trois Rois in Basel, «Chocolat Exotique avec Sorbet au Yuzu» zubereiten wird.

Ähnlich hochkarätig ist die Vortragsreihe «Chocosphère», wo man viel Wissenswertes über die Schokolade sowie die neusten Trends in der Kakaobranche erfahren kann. Alois Immoos etwa, Inhaber der Schwyzer Firma Chocimo und Initiant der

ersten Sensoriksprache für Schokolade, referiert über Grand-Cru-Schokolade und Single Malt Whisky. Elisabetta Capei von der Zürcher Chocolaterie Truffe spricht über die gelungene Kombination von Kakao und Gewürzen. Und Pascal Beschler von Beschler Chocolatier und Sara Hochuli von der angestammten Zürcher Confiserie Les Gourmandises de Miyuko berichten über einen der jüngsten Trends in Sachen Schokolade: die Vermählung von Schokolade und Matcha, dem japanischen, pulverisierten Grüntee.

Messe Event mit über einer Million Besucher weltweit

Die Schweizer Ausgabe des Salon du Chocolat findet vom 22. bis 24. März in der Messe Zürich statt. 1994 wurde die Messe in Paris gegründet. Heute ist sie mit jährlich 24 Ausgaben auf vier Kontinenten vertreten und zieht über eine Million Besucher an. fee

<http://zurich.salon-du-chocolat.com>

Kolumne

Junge Schweizer Winzer



Korky's

Christoph Kokemoor ist Chefsommelier im Grand Hotel Les Trois Rois in Basel.

Sein zwei Jahren probiere ich Weine bei einer jungen Vereinigung von Winzerinnen und Winzern auf der Basler Weinmesse. Die ausgefallenen Weine schmeckten nach vielen Regionen dieser Welt. Aromen, die ich bisher in der Schweiz kaum wahrgenommen hatte. Die Weine haben im Ausbau differenzierte Strukturen von unterschiedlichen Gärmethoden, die mit den Erfahrungen der letzten Generationen brechen.

Hatten die vorherigen Generationen ausschliesslich noch ihr Wissen bei den Eltern oder in einer der schweizerischen Lehrstätten für den Beruf des Winzers oder Oenologen gelernt, suchen diese Jungwinzer nun die Erfahrung in der weiten Welt! Einige von ihnen haben ihr Handwerk in Australien, Italien, Südafrika, Neuseeland, USA und in Frankreich erweitert. Sie lernen, mit unterschiedlichen klimatischen Bedingungen umzugehen und setzen alte und neue Methoden im Weinberg ein. Diese ungebrochene Neugier, alles Neue auszuprobieren, mit alten, aber auch neuen Wegen in der Weinbereitung zu experimentieren, ermöglicht einen ganz neuen Zugang zu Wein. Doch ist der Wein-Markt dafür offen? Können diese Weine den Konsumenten auch erreichen?

Unkonventionell treten die jungen Winzer auf, die nicht älter als 39 Jahre alt sein dürfen. Sie wollen keine Regeln, keine Strukturen, keine Feindschaften untereinander, sondern einfach nur Spass am Weinmachen haben. Sobald sie aus dem Küken-Dasein herausgewachsen sind, sollten sie auf eigenen Beinen stehen. Doch die lockere Vereinigung sucht nicht die Abgrenzung seiner alten Mitglieder, vielmehr einen Dialog für alle Beteiligten. Die Negativerfahrungen und Fehler werden nicht hinter vorgehaltener Hand und Verschwiegenheit behandelt; sie werden offen diskutiert, und offen wird nach Lösungen gesucht. Misstrauen oder Neid stehen hier nicht zur Debatte. Das Ziel, tolle Weine hervorzubringen, eine jüngere Kundschaft auch für Wein zu begeistern und neue Begegnungsmöglichkeiten zu suchen, steht bei den Jungwinzern im Fokus.

Erst vor Kurzem haben sie ein «Wine and Dine Event» in einem Club mit einem ungewöhnlichen Speisenkonzept gestaltet. «Das war total abgefahren», wie Susi Wehrli von den Jungwinzern erzählte. Aber der Erfolg dieser Veranstaltung hat ihnen das Recht gegeben, neue Begegnungsstätten zu suchen. Die Generation Facebook, Twitter und Internet sucht heute nicht mehr den Gaumenkitzel in verstaubten Restau-

rants, die ihrem Lifestyle nicht gerecht werden. Moderne, innovative Konzepte sind hier nötig. Ebenso werden Antworten in Bezug auf ökologische Fragen im Netz in einem Tempo beantwortet, wofür die Eltern dieser Generation Tage und Monate gebraucht haben. Genau dieser Grund hat diese Jungwinzer veranlasst, eine Zusammenkunft unter Gleichgesinnten zu organisieren.

Vor der Gründung dieser Plattform konnte sich keiner der Jungwinzer einen eigenen Messestand, eine organisierte Probe oder grossartige Marketingaktivitäten zur Bekanntmachung seines Weinbaubetriebes leisten. Nun haben sie in diesem Verbund eine grössere Spannweite, um ihre Weine in der Schweiz zu vermarkten. Ein mutiger Schritt sich anderen anzuvertrauen. In diesem Bund sind alle Sparten der Weinstrukturen vorhanden, ob konventionell, traditionell, modern oder biodynamisch.

Eins verbindet sie alle gleichermaßen: ihre Leidenschaft für Wein. Des Weiteren brauchten sie eine Plattform, um ihre Weine präsentieren zu können. Doch so wie eine benachbarte Betriebe in den Ortschaften mühsam um Neukunden kämpfen, wollten die Jungwinzer diesen steinigen Weg nicht als «Einzelkämpfer» beschreiten. Im Verbund mit Gleichgesinnten erreichen sie in kürzester Zeit einen Bekanntheitsgrad, wofür ihre Eltern Jahrzehnte brauchten.

Meine Erfahrungen der letzten Proben zeigen, dass die 25 Jungwinzinnen und Jungwinzer auf gutem Weg sind. Der Weinmarkt braucht neue, überzeugende Konzepte. Ich empfehle Ihnen, bei Veranstaltungen oder Messen die Weine der Jungwinzer zu probieren. Lassen Sie sich angenehm überraschen.

www.jsnw.ch

Unsere Kolumnisten

Christoph Ammann, Reisejournalist
Christoph Bruni, Affineur de fromages
Thomas Harder, Markenspezialist
Christoph Kokemoor, Chefsommelier
Sarah Quigley, Schriftstellerin und Autorin

Frühlingsgruss aus den Rebbergen

Sieben Tage lang präsentieren über 80 Aussteller an der 9. Expovina Primavera in Zürich. Weine aus aller Welt.

Die Weinmesse beginnt am nächsten Donnerstag.

RENATE DUBACH

In der Giessereihalle im Puls 5 in Zürich West werden bis am 27. März 84 Aussteller rund 2000 Weine vorstellen. An den speziell für die historische Halle entwickelten Ständen werden alle wichtigen Anbauregionen der Welt vertreten sein. «Letztes Jahr sind wir wieder in die Giessereihalle umgezogen, nach fünf Jahren in der Messe Oerlikon. Der Umzug an den Ursprungsort war eine Art Neuanfang, aber wir verzeihen einen Zuwachs von 10 Prozent», führt «Expovina»-Presseschef Othmar Stäheli aus, der dieses Jahr mit noch mehr Besuchern rechnet.

Unbekanntes aus Bulgarien und Kroatien

Zum Angebot aus Italien, Frankreich, Spanien und Österreich gesellen sich dieses Jahr ein paar interessante und noch nicht so bekannte Tropfen aus Griechenland, Bulgarien und Kroatien. Aus Deutschland wird Spannendes aus dem Segment der modern produzierten Weiss- und Rotweinen erwartet. Aber: «Der

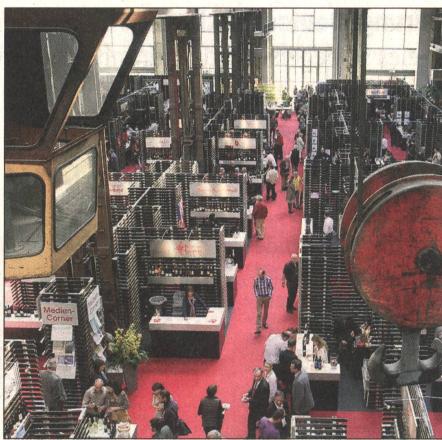
unbestrittenen Leader bei den Rot- und Weissweinen und bei den Spezialitäten ist in diesem Jahr das Wallis», schreiben die Organisatoren. Daneben werden die Genfer Produzenten Präsenz markieren, und auch die bedeutendsten Weinkeller der Deutschschweiz werden anwesend sein – man könnte sich auf den grossen Jahrgang 2011 freuen, heisst es. Zudem warten die ersten Weine des Jahrgangs 2012 darauf, von den Weinfreunden beurteilt zu werden. Dazu kommen die jungen Winzer, die sich seit einigen Jahren unter der Bezeichnung «Junge Schweiz – neue Winzer» einen Namen gemacht haben. Sie sind erstmals auch mit Weinen aus der Westschweiz vertreten und bieten eigenwillige, überraschende Assemblages.

Zwei Stunden nur für die Gastronomie

Am Montag, dem 25. März, von 14 bis 16 Uhr ist die Ausstellung erstmals exklusiv für Wirtinnen und Wirté geöffnet. Sie werden mit einem Willkommensschlück und passenden Häppchen empfangen. Eine spezielle Anmeldung dafür ist nicht erforderlich. Damit will man den Fachleuten aus der Gastronomie Gelegenheit geben, in kleinem Kreise und in Ruhe unter Fachkundigen zu diskutieren. «Wir geben auch den Ausstellern die Möglichkeit, in dieser Zeit Leute an den Stand zu stellen, die Erfahrung mit dem gastronomischen Bereich haben», erklärt Othmar Stäheli. Der Presseschef freut sich bereits jetzt auf die Jubiläumsausgabe im nächsten Jahr, die 10. Expovina Primavera. Schon dieses Jahr stehen in Zürich zwei Wein-Jubiläen an: die 20. Internationale Weinprämie-

run im Juli und Ende Oktober die 60. Zürcher Wein-Ausstellung auf den Zürichsee-Schiffen. «Diese Jubiläen zeigen uns, dass Ausstellungen und Weinprämierungen dieser Art bei uns immer noch gefragt sind», so Stäheli.

www.expovina-primavera.ch



Impressionen Schauplatz der Weinausstellung Expovina Primavera: die Giessereihalle im Puls 5 in Zürich West.

News

Neuntes Welt-Wein-Festival Bad Ragaz abgesagt

Unerwarteter Schlusspunkt für das bekannte Welt-Wein-Festival Bad Ragaz: Knapp anderthalb Monate vor Eröffnung wurde die neuere Ausgabe 2013 abgesagt. Laut Communiqué sehen die Veranstalter im bisherigen Ticketverkauf «mit Sicherheit, dass praktisch keiner der Anlässe entsprechen werden. Vorstellungen gebucht wird» – im Vergleich zu 2011 stagnierte der Kartenverkauf bei ungefähr 10 bis 15%. «Daraus leiten wir auch den Trend für den Forumsverkauf ab, welcher sehr spärlich sein wird», so das OK um Georges Spengler (Presse/Kommunikation) und Curdin Luppi (Director of Business & Events im Trägerhotel Grand Resort Bad Ragaz) in der Mitteilung weiter. Bereits gekaufte Tickets werden an den Ticketcorner-Verkaufsstellen rückvergütet. sag

ANZEIGE

Leader bei den Rot-, Weissweinen und Spezialitäten ist dieses Jahr das Wallis.»

Othmar Stäheli
Expovina Primavera, Zürich

Impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleiressuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleiter/innen:

aktuell: Daniel Stampfli/ds
cahier français: Alexandre Caldara/aca
fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb, Franziska Egli/fee, Theres Lager Berger/lt,
Gudrun Schenckelz/sgg
Grafik und Produktion: Roland Gerber/hg;
Andrea Huisken/ah; Daniel Steinste/ste
Korrektur: Paul le Grand.
Volontärin: vakant
Online Redaktion: Natalie-Pascale Allesch/hpa.
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak.

Verlag

Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hanni.
Stellenanzeiger: Angela di Renzo Costa,
Patricia Nobs Wyss
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller,
Michael Müller.
hotelpjob.ch: Denice Karam
Druck: NZZ Print 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Beglaubigt 2012, verkauft
Auflage: 9031, Gratisauflage: 940.
Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)

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
Abonnements: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76, E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

1 MILLION FÜR DIE GASTRONOMIE SCHREIBEN SIE SICH BIS ZUM 19. APRIL EIN!

HENNIEZ LÄDT SEINE KONSUMENTEN INS RESTAURANT EIN

HENNIEZ verschenkt 1 Million Franken in Form von Restaurant-Gutscheinen und unterstützt so die Gastronomie. Die Konsumenten der Marke sind eingeladen, die Diversität der Schweizer Restaurants zu entdecken. Von Mai bis Juli können die Konsumenten auf www.henniez.ch jeden Tag 200 Restaurant-Gutscheine im Wert von CHF 50.- gewinnen.

Diese Massnahme ist aktuellen und zukünftigen HENNIEZ-Kunden vorbehalten.

Sie möchten die Besucherfrequenz Ihres Restaurants erhöhen und neue Kunden anziehen? Schreiben Sie sich gleich heute ein, indem Sie Ihren HENNIEZ-Vertreter kontaktieren oder eine E-Mail an info.ch@waters.nestle.com senden.

Vegane Küche und Ernährung. Deutschland. Der Wirtschaftsingenieur Alexander Lasslop war von der Raw-Food-Küche im Café Gratitude in Los Angeles so begeistert, dass er mit drei Partnern einen Ableger in München gründete.

Ein «dankbares» Konzept

Das jüngst eröffnete Restaurant Gratitude in München setzt voll auf vegane Küche und Rohkost-Gerichte, inspiriert von einem kalifornischen Vorbildkonzept. Die Betreiber peilen bereits eine Expansion an.

NATHALIE KOPSA

Im neu eröffneten Münchner Lokal «Gratitude» sieht der Blumenkohl aus wie Griess und die Zucchini wie Pasta. Aber auch sonst ist im neuen veganen Mekka im Stadtzentrum manches nicht so, wie man es sonst von einem Restaurant gewohnt ist. Auch die Namen der Gerichte passen nicht ins bekannte Schema: «I am grounded» heisst das Blumenkohlgericht, «I am grateful» die Zucchini-Spaghetti – wie ein Wohlfühl-Mantra beschwören sie die passende Stimmungslage herauf und der Gast fragt sich: Ist das jetzt Mmmh oder Ommm?

Vorbild für das Münchner Lokal mit 40 Sitzplätzen ist das Café Gratitude in Los Angeles, welches Inhaber Alexander Lasslop bei einem Kalifornien-Besuch kennengelernt hat. Der Wirtschaftsingenieur war sofort Feuer und Flamme für die Gerichte, die ihm

dort serviert wurden, obwohl er bis heute kein richtiger Vegetarier ist: «Das ist eine unglaublich innovative Küche, die mich einfach begeistert hat und die jedem schmeckt, egal ob Vegetarier, Veganer, Rohköstler oder Alles-Esser.» Lasslop kontaktierte den kalifornischen Vater des Urkonzepts und bat ihn um Unterstützung mit Rezepten und Know-how, um die kulinarische Idee nach Deutschland zu exportieren. Er tat sich mit den Partnern Christoph Bucher, Georg Reiter und Michael Relja zusammen, investierte 300.000 Euro und eröffnete Ende 2012 das erste deutsche «Gratitude».

Gerichte kalt zu servieren, gehört zum Konzept

Auf der Speisekarte stehen neben veganen Salaten, Suppen, Smoothies und zwei warmen Hauptgängen auch sechs der besonderen Raw-Food-Gerichte, die



Bild: zvg

Drei Beispiele für die Gerichte, die im Restaurant Gratitude auf den Tisch kommen (v.l.): rohe Schoko-Himbeer-Torte, rohe Zucchini-Paste und hausgemachtes Rohkost-Tomatensandwich.

zum Teil mit dehydriertem Gemüse wie Austerpilzen oder Paprika aus dem Dörrrofen serviert werden. Hausgemachte Gemüsecrea-

ckers aus Grünkohl oder Pastinaken ergeben mit passenden Dips ein besonderes Geschmackserlebnis und stehen bei den Gästen auch hoch im Kurs. In den USA schon länger ein Trend, ist Raw Food auch in Deutschland auf dem Vormarsch. Bei der veganen Rohküche werden die Zutaten nur leicht auf etwas mehr als Körpertemperatur erhitzt, also bis maximal 42 Grad, denn sie sollen so naturbelassen wie möglich auf den Tisch kommen.

Dass die Raw-Food-Gerichte anschliessend kalt serviert werden, ist im «Gratitude» folglich auch kein Grund für eine Reklamation, sondern Teil des Konzepts.

Geeignetes Personal zu finden, welches sich auch mit den besonderen Garmethoden der Raw-Food-Küche auskennt, war eine der Herausforderungen für die Inhaber. Doch auf der Suche nach Mitarbeitern kamen den Gründern die eigenen Kontakte zur Community und zu anderen Gastromen zu Hilfe. «In der vegane-rohen Community ist man gut vernetzt und hilft sich gegenseitig weiter. Das klassische Konkurrenzdenken gibt es bei uns nicht», betont Alexander Lasslop. In der

«Die Themen (vegan) und (Raw Food) bewegen modern denkende Menschen.»

Alexander Lasslop
Co-Gründer «Gratitude», München

Küche arbeiten zurzeit vier Köche, die auf Gemüseküche spezialisiert sind, ausserdem ist er auf der Suche nach weiteren Jungköchen mit Erfahrung in veganer/roher Ernährung.

Das Publikum im «Gratitude» ist bunt gemischt. Natürlich gehören viele Gäste aus der vegetari-

schen und veganer Szene dazu, aber auch solche, die etwas Neues ausprobieren wollen. «Was sie alle verbindet, ist der Wunsch, sich bewusst zu ernähren. Natürlich ist auch Lifestyle ein Thema.

Die Themen Vegan und Raw Food passen gut in die Zeit und beschäftigen modern und innovativ denkende Menschen», erklärt Lasslop. Eine Statistik des Vegetarierbunds Deutschland (VEBU)

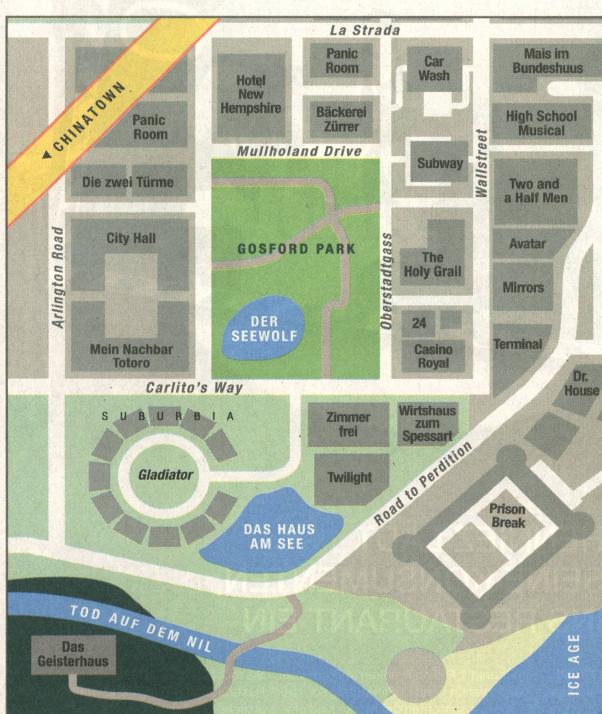
gibt ihm Recht: Derzeit geht man dort von rund 7 Millionen Vegetariern und etwa 700.000 Veganern in Deutschland aus.

Eine spätere Expansion als System ist nicht ausgeschlossen

Mit ihrem Konzept haben die «Gratitude»-Macher, trotz ihrer Bedenken, in der «Fleischhauptstadt München» überhaupt mit veganer Küche reüssieren zu können, ins Schwarze getroffen. «Wir haben einen super Start hingelegt, der unsere Erwartungen weit übertroffen hat. Ich habe den Eindruck, die Gäste haben nur auf eine solche Alternative gewartet», sagt Alexander Lasslop.

Eine spätere Expansion als Systemerfolg schliesst er nicht aus. Die Suche nach einem zweiten, grösseren Lokal hat jetzt bereits begonnen.

www.gratitude-restaurant.de



TELE zeigt Ihnen jetzt noch mehr Sehenswürdigkeiten.

Die grösste Schweizer TV-Zeitschrift mit den digitalen Sendern! Woche für Woche bietet Ihnen TELE das aktuellste TV-Programm mit täglich über 90 Sendern. Mit dem praktischen Filmplaner kriegen Sie einen noch besseren Überblick darüber, was sich zu sehen lohnt. Bestellen Sie jetzt TELE für Ihre Gäste zu Spezialkonditionen. Infos und Bestellungen unter 043 444 59 88 oder per E-Mail an marketing.pm@axelspringer.ch, www.tele.ch



SEHEN, WAS SICH LOHNT.

Deutschland Bald Ausbildung zum «Vegi»-Koch?

Der Vegetarierbund Deutschland (VEBU) engagiert sich in Initiativen zur Förderung einer vegan-vegetarischen Kochausbildung in Deutschland, auch eine Zusatzausbildung zum «Vegetarischen Koch» soll bald ermöglicht werden. Dazu entschied die EU, das vom VEBU koordinierte Projekt «EuroVeg» mit 75% der Gesamtkosten über das Berufsbildungsprogramm Leonardo zu fördern. Laut VEBU rückt mit diesem zweijährigen Projekt auch eine anerkannte Erstausbildung zum vegetarischen Koch in greifbare Nähe.

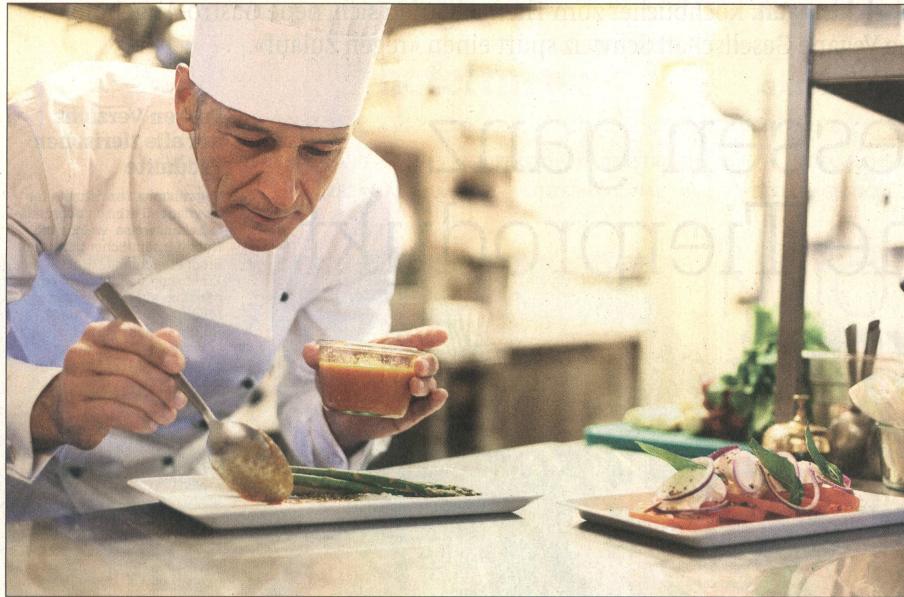
nk

www.vebu.de



Die vier Gründer des Münchner «Gratitude»: (v.l.): Christoph Bucher, Georg Reiter, Alexander Lasslop und Michael Relja.

Vegane Küche und Ernährung. Hotellerie. Die einen haben noch kaum Gäste, die sich frei von Tierprodukten ernähren, andere setzen voll auf dieses Segment, wie das Hotel Swiss die Krone.



Hotelküchen, in denen regelmäßig Gerichte ganz ohne Tierprodukte gekocht werden, scheinen noch die Ausnahme zu sein.

Das einzige komplett vegane Hotel in der Schweiz wurde unlängst als Hotel Swiss die Krone in Kreuzlingen wiedereröffnet. Seit November 2012 führen die Betreiber des Romantikhotels «Die Krone» in Gottlieben das Haus, das Mitglied bei der Kooperation «Veggie Hotels» ist (siehe Text unten). 2009 liess Besitzer Ernst Walter Henrich den damaligen «Schweizerhof» nach veganen Gesichtspunkten umbauen und nannte den neuen Betrieb Hotel Swiss Vegan. Sowohl Restaurant als auch Zimmer kamen gänzlich ohne tierische Produkte aus. Für die Öffentlichkeit war das Haus indes nur kurz geöffnet und wurde bald als reines Schulungs- und Seminarhotel geführt.

Direktor und Küchenchef Raphael Lüthy hat das nun wieder geändert und fokussiert auf eine Weiterentwicklung des veganen Gedankens. Im Zentrum steht eine «vegane Gourmetküche». Selbst hat Lüthy eine klassische Kochausbildung und jahrelange Erfahrung mit Stationen wie etwa dem «Lampart» in Hägendorf im Geopark; im Gotthilfer Romantikhotel kochte er aktuell mit 13 Gault-Millau-Punkten.

Das Kochen ist dasselbe, aber andere Produkte sind im Zentrum

Für Lüthy war das vegane Kochen neu und nach umfassender Eigenrecherche, ohne

Leute & Konzepte

Eine Frau, die vegan lebt, catert, kocht und schreibt



zvg

Was Lauren Wildbolz anpackt, wird früher oder später vegan. Selbst war sie bereits langjährige Veganerin, als sie 2009 während ihres Kunststudiums begann, an Flohmärkten und anderen Anlässen tierfreie Gerichte zu verkaufen und transdisziplinäre Projekte zum Thema auf die Beine zu stellen. 2010 eröffnete sie an der Müllerstrasse mit der «Vegan Kitchen and Bakery» Zürichs erstes Restaurant dieser Art – heute befindet sich dort die «Vegelateria» (siehe dazu auch Seite 20). Aktuell betreibt die 32-jährige ihr Catering-Unternehmen, gibt im Zürcher Viadukt experimentelle Kochkurse und unterrichtet an der Migros-Küchschule «Veganen Kochen aus aller Welt» und die Herstellung von Rohkost-Smoothies.

«Mir ist es wichtig zu vermitteln, dass Vegan Food nicht ausgrenzt, sondern eben alle einschliesst», sagt Wildbolz zu ihrem jüngsten Projekt: Für Herbst 2013 ist die Erscheinung ihres Buches «Vegan Kitchen & Friends» geplant. Dafür hat sie diverse Persönlichkeiten dazu eingeladen, tierfreie Rezepte beizusteuern – und darunter sind nicht etwa nur Freunde aus ihrem Vegan-Netzwerk, sondern auch Kochprofis, die selbst Fleisch essen und kochen.

www.vegankitchen.ch

«Gespiegelte» Speisekarte im Zürcher Oberland



«Wir rechnen mit denselben Warenkosten wie in einer konventionellen Küche.»

Raphael Lüthy
Hotel Swiss die Krone, Kreuzlingen



zvg

spezielle Vegan-Schulung, hat er sich an die Rezeptierungen gemacht – und dabei herausgefunden, dass sich bei Backwaren die Eier oft einfach weglassen und Schäume ebenso gut mit Reis- oder Sojamilch machen lassen. «Ich koche im Grunde nicht anders. Vielmehr stehen andere Produkte im Zentrum.» Die Übernachtungsgäste in den 18 Zimmern sind vornehmlich Business- und Seminar Kunden – notabene nicht alles Veganer. Das 35-plätzige Restaurant ist momentan für externe F&B-Gäste jeden Freitagabend geöffnet. «Es läuft optimal», sagt Lüthy. «Auch viele Nicht-Veganer wollen dort ausprobieren, wie veganes Essen schmeckt. Dabei spielen auch die aktuellen Lebensmittelkandidaten eine bedeutende Rolle.»

Diese Nachfrage stimmt ihn positiv: «Wir rechnen damit, das Restaurant innerhalb von zwei Jahren auf einen Fünftagesbetrieb ausbauen zu können.» Das Küchenteam bildet momentan er alleine, mit gelegentlicher Unterstützung von Mitarbeitenden des anderen Hotelbetriebs bei speziellen Anlässen, wie Kochkurse oder vegane «Wine & Dine»-Angebote. Auf nächstes Jahr plant Lüthy einen Ausbau des Teams im Hotel Swiss die Krone.

Was die Warenkosten betrifft, so rechnet Raphael Lüthy «etwa mit dem gleichen Faktor» wie in der klassischen Küche; die kostenintensiven Fleischprodukte fallen zwar weg, aber entlang der veganen Philosophie wolle man so biologisch, regional und fair trade wie möglich einkaufen.

Der Anteil veganer Gerichte beaufte sich laut Buff heute bei etwa 30 Prozent, und das Konzept ist für das Lokal ein Mehrwert und Positionierungserkmal geworden. «Die Leute kommen deswegen von der Stadt aufs Land, in ein gewöhnliches Dorfrestaurant», sagt der Gastronom. Geschätzt werde von den Gästen auch, dass Gruppen aus Fleischessern und veganen oder auch vegetarischen Gästen zusammen gleichenorts essen gehen können. www.laegernstuebli.ch

Vegan im Hotel

In Kreuzlingen setzt das Hotel Swiss die Krone komplett auf vegane Küche und Lebensweise. Andere Häuser sprechen von noch geringem Anteil veganer Gäste.

SABRINA GLANZMANN

Veganer sind unter unseren Hotelgästen noch immer eine Ausnahme», sagt Christine Schnetzler, Vizedirektorin und F&B-Verantwortliche im Hotel «Schweizerhof» in Zürich. Ähnlich klingt es auf Anfrage bei F&B-Manager Matthias Schrempf im Seminar- und Wellnesshotel Stoos («Generell haben wir wegen geringer Nachfrage noch keine speziellen veganen Gerichte auf der Menükarte ausgewiesen») oder bei Ralph Treuthardt, Direktor der «Frutt Lodge & Spa» in Melchsee Frutt, der wie alle seine befragten Kollegen dezipiert sagt: «Viel mehr beschäftigt uns aktuell die ganze Allergien- und Unverträglichkeits-Thematik und damit gluten- und lactosefreie Angebo-

te.» Christine Schnetzler räumt ein, dass die Nachfrage nach veganen Gerichten bisher eher im reinen F&B- und im Bankettge-

schäft Thema sei. «In diesen Fällen fragen wir konkret nach Wünschen für Produkte und Gerichte – wir wollen etwas Kreativeres bieten können als lauwarmen Gemüsesalat. Damit machen wir gute Erfahrungen.»

Hotel Allegro Bern: Asiatisches für vegane Bankettgäste

Auch im Berner Stadthotel Allegro beobachtet Küchendirektor Roland Brandtner im Event- und Bankettbereich zunehmen-

de Nachfrage nach veganen Gerichten, auch wenn diejenige nach vegetarischen «dominiert und zum Tagesgeschäft gehört». Dass mit dem «Vu» ein asiatisch ausgerichtetes Lokal im Haus ist, das vorwiegend ohne Milchprodukte auskommt, sei ideal. «Bei Banketten schlage ich bezüglich vegan deshalb gerne asiatische Angebote vor – Reis-Gemüse-Variationen mit mariniertem Tofu, Reisnudelgerichte oder vegane Dim Sums und Frühlingsrollen.»



Das Hotel Swiss die Krone in Kreuzlingen.



Hat vegane Bankettgäste: Hotel Allegro in Bern.

«Veggie Hotels» Auch 30 Vegane dabei

Für einen Vegetarier oder Veganer stellt sich vor der Hotelbuchung zwangsläufig immer wieder die eine Frage: Kann sich das Hotel auf meine Ernährungsgewohnheiten einstellen oder droht wieder langweilige Einheitskost?

Die international tätige Hotelkooperation Veggie Hotels schafft nun Abhilfe: Mit einem Klick auf das Onlineportal veggie-hotels.de erhalten Interessierte einen Überblick über inzwischen 350 Hotelbetriebe in 50 Ländern weltweit, die schwerpunktmässig rein vegetarische und/oder vegane Verpflegung anbieten. Mit 90 Häusern stammt der grösste Teil der Veggie Hotels aus der DACH-Re-

gion. Über 30 Häuser führen eine rein vegane Küche. Hotelbetriebe haben die Möglichkeit, sich kostenlos mit einem Eintrag auf dem Portal listen

zu lassen oder sich gegen eine Gebühr zusätzlich als Veggie-Hotel-Mitglied mit einer eigenen bebilderten Website mit Link zur Homepage des jeweiligen Betriebes zu präsentieren.

Mindestkriterium für eine Präsenz auf dem Portal ist, dass das jeweilige Hotel weder Fisch noch Fleisch auf ihrer Speisekarte anbietet. Die Berliner Journa-

listen Thomas und Karen Klein und der Internetexperte Peter Haunert, alle drei selbst engagierte Vegetarier, haben das Portal 2011 gegründet und sind damit in eine scheinbar überfällige Marktlücke gestossen.

«Wir haben sehr oft selbst nach vegetarischen Hotels suchen müssen und dabei festgestellt, dass das eine eigene Sparte ist», sagt Thomas Klein.

Die Frage, ob die gelisteten Häuser als Folge mehr Buchungen generieren, lasse sich noch nicht eindeutig beantworten. «Aber die teilnehmenden Hotels profitieren bereits von einem besseren Ranking bei der Googlesuche mit den einschlägigen Suchwortkombinationen wie «vegetarisches Hotel». Das ist besonders schön für kleinere Betriebe, die sich kein teures Suchmaschinenmarketing leisten können.»

Der Vegetarierbund Deutschland (VEBU) unterstützt die Initiative von Veggie Hotels und führt die gelisteten vegetarischen Pensionen, Landsitze, City- oder Luxushotels auf der eigenen Homepage auf. nk

www.veggie-hotels.de
www.vebu.de

dolce vita

htr hotel revue Nr. 12 / 21. März 2013

Vegane Küche und Ernährung. Aktuelle Entwicklungen. Kochbücher zum Thema häufen sich, neue Gastro-Angebote sind auch hierzulande gerade Thema. Und die Vegane Gesellschaft Schweiz spürt einen «regen Zulauf».

Leben und essen ganz ohne Tierprodukte

Bunter, gut gefüllter Gemüse- und Früchtekorb: Grundlage für eine vegane Ernährungsweise.

Fotos Fotolia



Vegane Glace oder Hamburger sind keine Kuriositäten – sie finden in der Schweiz Einzug im Gastro-Angebot. Und die Vegane Gesellschaft Schweiz spürt regen Zulauf.

SABRINA GLANZMANN

Atilia Hildmann, von den Medien gerne als «Deutschlands Jamie Oliver der Vegetarier und Veganer» betitelt, hat offenbar einen Nerv der Zeit getroffen. Seine Bücher «Vegan for fun» und «Vegan for fit» finden reissenden Absatz – Letzteres ist aufgrund der grossen Nachfrage aktuell gar nicht mehr lieferbar, der Verlag plant in den nächsten Tagen einen Nachdruck. Derweil erscheinen laufend neue Kochbücher, die sich ausschliesslich der veganen Küche widmen (siehe Text rechts) – darunter solche von veganen Kitchenchefs, die mittlerweile für Kochawards nominiert werden, wie etwa Hannah Boulidis vom «La Mano Verde» als «Aufsteigerin des Jahres» bei der Auszeichnung «Berliner Meisterküche 2012».



Das Verständnis für vegane Gäste ist auch in ländlichen Gegenden vermehrt da.

Raphael Neuburger
Vegane Gesellschaft Schweiz (VGS)

mit «Junge vegane Küche» des 21-jährigen Studenten Philip Hochuli das erste Schweizer Kochbuch zum Thema auf den Markt. Im Februar eröffnete mit der «Vegaleria» eine vegane Gelateria im Zürcher Kreis 4 – Betreiber ist Walter Dänzer, der in den 1980ern als Erster in der Schweiz Sojafleisch und -joghurt anbot; bis im Sommer will er zum 75-plätzigen Restaurant ausbauen. Und ab morgen Freitag gibt's in Bern im neuen Lokal «Kung Fu Burger» unter anderen vegane Hamburger.

Kennzeichnung auf Speisekarten

«Wir spüren einen regen Zulauf», sagt Raphael Neuburger, Präsident der Veganen Gesellschaft Schweiz (VGS), die 2011 am Weltveganntag am 1. November gegründet wurde. Die VGS befindet sich noch in der Aufbauphase,

habe aber bereits «ein paar hundert Mitglieder» aus allen Altersstufen, insbesondere aber Jüngere zwischen 15 und 30 Jahren.

Gemäss Schätzungen gibt es laut VGS in der Schweiz «einige Tausend Veganerinnen und Veganer, Tendenz steigend». Und die Google-Trend-Analyse zeige, dass die Suchanfrage für Begriffe wie «vegan» seit 2009 «exponentiell

angestiegen» sei. Wie schätzt Raphael Neuburger das gastronomische Angebot hierzulande ein? «Ich denke, es überrascht nicht, dass besonders Städte fortschrittlich sind; auf dem Land ist es noch immer Rundthema.»

Er räumt aber ein, dass die Branche auch in ländlichen Gegenden in Restaurants und Hotels immer stärker da sei,

veganen Gästen entgegenzukommen – dann, wenn man vorgängig Abklärungen trifft und sich als Veganer ankündigt. «Dabei müsste man das Rad nicht gänzlich neu finden, um nur schon ein veganes Gericht fest auf die Karte zu bringen. Eine Rösti mit Margarine oder Öl anstatt Butter oder Teigwaren ohne Ei wären oft schon ein Anfang», meint Neuburger. Erfreulich sei, dass allmählich Kennzeichnungen vegaler

Gerichte auf Speisekarten auftauchen. Die «Hitzberger»-Takeaways machen das etwa, genauso wie seit dem 1. November letzten Jahres sämtliche «Molino»-Betriebe schweizweit.

Sensibilisierungsarbeit will die VGS unter anderem damit betreiben, indem sie an Vegan-Stammstischen mit den Betreibern und Köchen in den Dialog tritt; im April findet zum Beispiel ein Stammstisch im «Bindella»-Betrieb Santa Lucia in Zürich statt, wofür

Fakten Verzicht auf alle tierischen Produkte

Veganismus bezeichnet eine vorwiegend ethisch begründete Lebensweise, welche die Nutzung sämtlicher tierischen Produkte ablehnt. Hinsichtlich Ernährung verzichten Veganer gänzlich auf Fleisch, Fisch, Milchprodukte, Eier und Honig. Daneben werden auch Leder- und Wolleprodukte gemieden, in der Regel wird auch bei Medikamenten, Kosmetika und Kleidern auf Produkte auf rein pflanzlicher Basis geachtet. Website der Veganen Gesellschaft Schweiz: www.vegan.ch

speziell eine vegane Karte erarbeitet wurde.

Veganer brauchen ein gutes Ernährungswissen

Wie «gesund» eine vegane Ernährung ist, wird hinsichtlich möglicher Vitamin- und Nährstoffmängel oft diskutiert – gerade, was Vitamin B12 betrifft. Das Bundesamt für Gesundheit (BAG) empfiehlt eine vegane Ernährung nicht vollumfänglich, etwa in Wachstumsperioden oder in der Schwangerschaft. Arzt und Wissenschaftler David Fäh von der Universität Zürich zur Thematik: «Veganer brauchen einfach ein besseres Ernährungswissen als Fleischesser, um Mängel zu verhindern. Und es gibt Hinweise darauf, dass etwa Hülsenfrüchte bessere Eiweiße und Eisenquellen sind, als bisher angenommen.» Einschränkungen sieht er bei Kleinkindern, «weil diese schnell wachsen und deshalb besonders auf eine breite Palette an Vitaminen und Mineralstoffen und auf hochwertige Eiweiße angewiesen sind.»

Linsen finden sich oft in veganen Gerichten.



Typisches Vegan-Produkt: Kichererbsen.



Auch Dinkel ist beliebt.

Neue Kochbücher Vegan von A bis Z



Gleich drei neue Publikationen widmen sich dem veganen Kochen und der Ernährung ohne tierische Produkte. So das Buch von Björn Moschinski zum Beispiel, einem der bekanntesten Vertreter der veganen Küche in Deutschland. Seit seinem 15. Lebensjahr ist er selbst vegan, gründete später das Catering Herbi und führt heute das vegane Restaurant Krupps in Berlin; Kritiken in Medien vom Magazin «Der Feinschmecker» bis zur «New York Times» sind voll des Lobes.

Auch als Berater und Schulungsleiter für Gemeinschaftsverpfleger hat sich Moschinski einen Namen gemacht. «Dass es

mit veganer Kost machbar ist, innerhalb von vier Stunden Mahlzeiten für 1500 Menschen zuzubereiten, konnte ich problemlos nachweisen», so der Vegan-Profi. Nun ist mit «Hier & jetzt vegan» sein zweites Kochbuch mit über 60 neuen Rezepten erschienen.



Berlinerin stellt heute noch eher unbekannte Zutaten von Seiten bis Tempoh vor und zeigt, wie sich klassische Rezepturen auch «veganisieren» lassen. Über 100 Rezepte sind aufgeführt; neben den in der veganen Szene bestens bekannten wie «Chili sin carne» auch viele Neukreationen. Nicole Just führt neben dem Foodblog einen veganen Dinerclub und gibt Kochkurse.

Nicole Just, *La Veganista*, GU Verlag, 192 Seiten, ISBN 978-3-8338-3310-6, CHF 24.50.

Die deutsche Foodbloggerin Nicole Just ist 2009 – notabene als Enkelin eines Metzgers – auf die rein pflanzliche Küche umgestiegen. Jetzt teilt sie in «La Veganista» ihre Erfahrungen. Die Wahl-

hat Stationen in konventionellen Hotel- und Restaurantküchen von San Francisco bis Hawaii durchlaufen; danach war er Chefkoch in verschiedenen veganen Lokalen wie dem Zerwirk Restaurant oder dem «Tushita», beide in München. Heute ist er mit der Catering-Firma «Surdhams Kitchens» selbstständig und hält Vorträge und Kochkurse – sein Wissen hat er nun in «Meine vegane Küche» gepackt. Darin finden sich Kreationen wie Safran-Reismilch, Yomogi-Soba-Nudelsuppe mit Lotuswurzel und Shiitakepilzen oder Roast-Beet-Focaccia.

Sehr stimmig und ästhetisch sind die Foodbilder von Fotograf Oliver Brachat – der ursprünglich übrigens ebenfalls gelernter Koch ist.

Surdham Göb, *Meine vegane Küche*, AT Verlag, 180 Seiten, ISBN 978-3-03800-741-8, CHF 26.90.

Alle Bücher sind erhältlich auf www.hoteleriesuisse.ch/buchshop

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. 12 · 21. März 2013

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



ZITAT
DER WOCHE

«Um es im Leben zu etwas zu
bringen, muss man früh
aufstehen, bis in die Nacht
arbeiten – und Öl finden»

Jean Paul Getty, US-Ölbaron

INNOVATION UND WANDEL

Der Milestone-Tourismuspreis 2013 ist lanciert. Wie innovativ werden die eingereichten Projekte sein?

Christoph Juen, CEO von hotelleriesuisse, hat im Februar die Branche aufgerufen, sich neu zu erfinden und dabei gar von einem «New Deal» für den Alpenraum gesprochen. Konsequenterweise folgt auch der Milestone 2013 diesem Aufruf. Gesucht sind damit Innovationen für die grossen Themen: einerseits Innovationen, die einen Beitrag zum Strukturwandel (v. a. in der Hotellerie und bei den Tourismusorganisationen) leisten, andererseits Innovationen, die mithelfen, die Stagnation bei den Übernachtungszahlen der letzten 15 Jahre zu überwinden. Und wenn der Tourismus weiterhin als Exportwirtschaft gewichtig wahrgenommen werden will, brauchen wir insbesondere innovative Projekte, die auf den europäischen Märkten und boomenden Fernmärkten Wirkung erzeugen.

Strukturwandel und internationale Märkte finden sich diese Themen, wenn man die Milestone-Nominierungen der letzten Jahre anschaut? Wer sich ein wenig Zeit nimmt und im Internet-Archiv der Milestone-Bewerbungen der letzten Jahre zu browsen beginnt, erkennt ein breites Spektrum: Einige der nominierten Projekte sind aus heutiger Sicht kaum zum Abheben gekommen, einige haben eher den Charakter einer Zweitverwertung (z. B. Jubiläen mit wenig innovativem Inhalt). Sehr viele haben «Breitensport»-Charakter (Ange-

bote und Angebotsbündelung mit Relevanz für die wichtigen Schweizer Gäste). Nur wenige nominierte Projekte haben das Potenzial zur Wirkung auf internationale Märkten (beim 2010er-Milestone-Jahrgang etwa kann man kaum mehr als zwei Projekte dazuzählen). Inspirierend wirkt im Rückblick der unterschiedliche Reifegrad der Projekte: von vielversprechenden Projekten, die erst gerade an den Start gegangen sind, bis zu Projekten, die den Wirkungsnachweis bereits erbracht haben.

Natürlich können unter den jährlichen Nominierungen nicht durchwegs hoch innovative Projekte sein. Doch der Milestone-Tourismuspreis kann wie jeder andere Award im besten Fall Mut machende Bühne für Herausragendes sein oder – wenn die innovativen Projekte ausbleiben – bei seiner Funktion als Get-together der Branche stehenbleiben. Mit dem Aufruf zum «New Deal» kommt die Messlatte für Bewerber auf jeden Fall höher zu liegen. Freuen wir uns also auf einen innovationsstarken Milestone-Jahrgang 2013!

www.htr-milestone.ch



Rolf Widmer
widmer + partner managementberatung
www.widmer-partner.ch

AGENDA

3. APRIL

Informationsveranstaltung
Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement, von hotelleriesuisse, im Hotel Cascada in Luzern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

12. APRIL

«Reinigung von textilen und Hartbodenbelägen», vom Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft, im Wabi Bildungszentrum in Wädenswil
www.hotelgastrounion.ch

18. APRIL

«KOPAS – Kontaktperson für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Gastgewerbe», von hotelleriesuisse, Bildungszentrum 21 in Basel
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

2. MAI

«Der erste Eindruck zählt», vom Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft, bei der Hotel & Gastro Union in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

2. MAI

«Spielden leicht instruieren und ausbilden», vom Berufsverband Hotel-Administration-Management, im Richemont-Kompetenzzentrum in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

27. MAI

«Learning by Doing – Module 1 + 2», von hotelleriesuisse, im Hotel Ador in Bern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

CURAVIVA.CH  **hotelleriesuisse**
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

Jährlich ereignen sich in unserer Branche über 13.000 Berufsunfälle. Die Kosten bei den Versicherungen belaufen sich auf über 41 Millionen Schweizer Franken. Dazu kommen hohe Kosten für Ausfalltage, Ersatzpersonal und Entschädigungen für Überstunden. Deshalb gibt «Profil» jede Woche Tipps zur Unfallverhütung.

Gartenarbeiten/Schneeräumung
Gefährdung:

- Schnittverletzungen bis zum Verlust von Gliedmassen, Quetschen, Einklemmen

Mögliche Massnahmen:

- Mitarbeitende über die richtige Handhabung der Geräte instruieren
- Geeignete Schutzausrüstungen zur Verfügung stellen

Mehr Informationen:

- EKAS-Richtlinie 6512.d
- «Arbeitsmittel»
- Suva-Checkliste 6713.l
- «Rasenmäher»
- Bfu, Sicherheitstipp Mai 2008
- «Beim Rasenmähen ist Vorsicht geboten»

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

CHECKLISTE FÜR EINEN BEWERBUNGSBRIEF

Im letzten «Profil» ging es darum, wie sie mit dem AIDA-Prinzip (Aufmerksamkeit, Interesse, Wunsch und Tätigkeit) mehr Erfolg haben. Diesmal gibt es weitere Tipps für die gute Bewerbung.



berprüfen Sie einen erstellten Bewerbungsbild mit den unten stehenden Tipps und verbessern Sie ihn.

RECHERCHIEREN SIE SORGFÄLTIG

Ist eine Brücke von Ihrem Angebot zum Betrieb erkennbar? Sind die Informationen, die Sie recherchiert haben, in den Brief eingeflossen und erkennbar? Auch in Form von konkreten Erfolgen, Fähigkeiten und Kompetenzen? Ist erkennbar, dass eine enorme Übereinstimmung Ihres Angebots mit dem Stellenprofil vorhanden ist? Beachten Sie: Ihr Brief ist eine Arbeitsprobe!

ERMÖGLICHEN SIE EINE WIRKUNGSVOLLE LESEFÜHRUNG

Haben Sie die AIDA-Methode so genutzt, dass die lesende Person von einem Abschnitt zum anderen weiterliest, weil der Inhalt neugierig macht, Bedürfnisse erfüllt sind und das Lesen Freude bereitet? Sind die Überschriften, Absätze (3–5), Abstände etc. in derselben Formierung wie im Lebenslauf? Ist die Kopfzeile identisch mit dem Lebenslauf?

MACHEN SIE EINE AUSWAHL MÖGLICH

Sind die eingeflossenen Informationen im Bewerbungsbild für die Personalauswahl entscheidend? Unterscheiden diese Informationen

Sie von Ihrer Konkurrenz? Ist die entscheidende Information vorhanden, welchen Nutzen Sie dem Betrieb bringen?

BEGEISTERN SIE MIT IHREN WORTEN

Sind es kurze, aussagestarke und prägnante Sätze? Ist eine motivierende und begeisternde Energie spürbar? Ist der Inhalt bestimmt und konkret, mit Selbstvertrauen formuliert? Ist erkennbar, dass Sie die ideale Person sind?

KONKRETISIEREN SIE IHR ANGEBOT

Ist Ihr Angebot konkret und nachvollziehbar? Sind praktische und zum Profil übereinstimmende Beispiele vorhanden? Ist der Transfer Ihrer Ressourcen und Kompetenzen zur Stelle, um die Sie sich bewerben, formuliert? Ist ein Angebot für fehlende Ressourcen, Erfahrungen und Kompetenzen vorhanden?

MACHEN SIE DEN AIDA-WERBEFORMELTEST

- Wie erzeugen Sie Aufmerksamkeit?
- Machen Sie ein interessantes Angebot?
- Erzeugen Sie den Wunsch, dass man Sie einfach kennen lernen muss?
- Wird der Impuls zur Aktion ausgelöst?

Mario Gsell

Quelle: New Placement GmbH, Bildungsinstitut und Kompetenzzentrum für Bewerbungsprozesse, 8048 Zürich

BUCHTIPP

VON TAGGELD BIS GEBÄUDEVERSICHERUNG

56,8 Milliarden Franken gibt die Bevölkerung in der Schweiz für Versicherungen aus. Die Frage, die sich immer wieder stellt, ist, ob der Betrieb oder eine Einzelperson richtig versichert ist. Natürlich kann die beste Versicherung kein Unglück abwenden. Aber die richtige Police kann die finanziellen Folgen oder den materiellen Schaden nach einem tragischen Ereignis ausgleichen – oder zumindest mildern. So kann es für einen Betrieb existenzbedrohend sein, wenn er nicht richtig versichert ist. Im K-Tipp-Ratgeber kann man nachlesen, wie hoch die Taggeldversicherung für Selbständigerwerbende ist. Zudem erfahren Sie, wie Sie Ihren Versicherungsschutz richtig auf Ihre persönlichen Verhältnisse abstimmen, was Sie beim Abschluss beachten müssen und wie Sie Prämien sparen. Der Ratgeber behandelt die einzelnen Versicherungen in separaten Kapiteln. Hilfreich sind auch die Checklisten und die Prämienvergleiche. Mit diesem Wissen können Sie Ihren Versicherungsvertreter als mündiger, ebenbürtiger und gut informierter Gesprächspartner gegenüberstehen.

«So sind Sie richtig versichert»

K-Tipp-Ratgeber von Ernst Meierhofer, Stefan Thurnherr und Tatjana Kursawe ISBN 978-3-906774-49-7 CHF 37.00

AUS- UND WEITERBILDUNG

Das Intensivseminar
GASTROSUISSE

Ich bin Vorgesetzter, Mitarbeiterführung in Richtung Erfolg

Termine: berufsbegleitend
Start Frühling, Donnerstag, 18. April 2013
Start Herbst: Donnerstag, 17. Oktober 2013

Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111 www.gastrosuisse.ch

25968-9867

Durchblick
Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement



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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

WENGEN

JUNGFRAU

Wengen Tourismus sucht per 1. Mai 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in Tourist Center (100%)

In einem internationalen Umfeld erwarten Sie eine spannende, abwechslungsreiche Herausforderung.

Ihr Verantwortungsbereich umfasst:

- Führung des Tourist Centers mit einem Team von 4-5 Personen
- Enge Zusammenarbeit mit unserer Hotellerie, Parahotellerie und weiteren Leistungsträgern
- Gästebetreuung
- Lokales Marketing und Verkauf
- Administrative Unterstützung des Geschäftsführers
- Unterstützung beim Product Management

Sie verfügen über eine kaufmännische Grundausbildung und Weiterbildung im Tourismusbereich und bringen Erfahrungen in der Tourismusbranche mit. Sie kommunizieren stilistisch in deutscher, englischer und französischer Sprache.

Sie verstehen sich als Team-Player, haben Durchsetzungsvermögen sowie Organisationsgeschick und arbeiten leistungsorientiert. Sie überzeugen durch Ihre angenehme Umgangsform und ein sicheres Auftreten. Kenntnisse der Jungfrau Region sind von Vorteil

Ihr Arbeitsplatz liegt im Zentrum von Wengen im Tourist Center mit guter Infrastruktur und modernen Hilfsmitteln.

Sind Sie interessiert?

Dann richten Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Wengen Tourismus
Rolf Wegmüller, Postfach, 3823 Wengen / Tel. 033 856 85 85
rolf.wegmueller@wengen.ch / www.wengen.ch

KADER

GOLFHOTEL SAASERHOF **Ski-Hütte**
Hotel Burgener CH 3906 Saas-Fee

Im Herzen einer imposanten Bergwelt, ganz oben in der Gunst der Gäste, liegt das familiäre und sportliche 4-Sterne-Hotel. Die Bauweise im typischen Walliser Stil verbindet gemütliches und gediegenes Ambiente mit einer persönlichen Note.

Der persönliche Kontakt zu unseren internationalen Gästen, der individuelle, erstklassige Service, die ausgezeichnete Küche sowie die junge, motivierte Crew bestimmen die ungewogene Atmosphäre unserer Hotels.

Für die Führung unseres Küchenteams suchen wir ab Juni 2013 einen jungen

Küchenchef

als Führungspersönlichkeit. Sie haben Erfahrung in der gehobenen Ferienhotellerie und verstehen es, Neues mit Bewährtem zu kombinieren. Sie arbeiten gerne mit Frischprodukten und haben die Selbstverantwortung beim Einkauf. Die Mitarbeiterplanung und -führung gehört genauso zu Ihren Aufgaben wie die Menüplanung.

Wir freuen uns auf innovative, engagierte sowie team- und gästeorientierte Bewerber. Ihre vollständige Bewerbung senden Sie an folgende Adresse:

Golfhotel Saaserhof, Personalbüro, CH-3906 Saas-Fee oder manager@hotel-burgener.ch
Telefon 027 958 98 98, www.saaserhof.ch

25873-9874



Gouvernante

Sorell Hotel Zürichberg
Orellistrasse 21, 8044 Zürich

per sofort oder nach Vereinbarung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Den ausführlichen Stellenbeschrieb finden Sie unter www.sorellhotels.com oder www.ztv.ch



25896-9862

DEUTSCHE SCHWEIZ

Hotel **Hippel Krone**
3210 Kerzers

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

Commis de cuisine
Chef de partie
Thai-Koch/Asia-Koch

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Lebenslauf an:
Hotel Hippel Krone, Hr. R. Notz, Bernstrasse 2, 3210 Kerzers (Telefon 079 222 58 77)

25837-9858

Auf Mai/Juni 2013 suchen wir für unsere Betriebe Unicum im Rütli und Wirtshaus Taube in Luzern:

Gastronomiefachangestellte/Aushilfe

20% bis 100%, 20 bis 35 Jahre alt, Muttersprache schweizerdeutsch, aufgestellt, mit oder ohne Erfahrung, teamfähig, motiviert

Chef de Partie

100%, 20 bis 30 Jahre alt, dynamisch, kreativ, selbstständig, ruhig, mit Wille, mehr zu erreichen, freundlich

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen vorzugsweise auf s.honegger@barestag.ch oder per Post an Barest AG, Herr Saemi Honegger, Postfach 7034, 6000 Luzern 7.

25844-9861

Restaurant/Pizzeria **GRENZSTEIN**
Landstrasse 1, 5430 Wettingen AG
Telefon 056 426 77 57

Wir suchen einen

Alleinkoch

für die italienische und mediterrane Küche sowie eine/n

Service-Angestellte/n

Interessiert? Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung, oder rufen Sie uns an (Herr oder Frau Oezler).

25844-9864

Sind Sie Gastgeber, Botschafter, Hoteldirektor und charismatische Persönlichkeit in einem? Wenn Sie zudem die Berge nicht nur 9 to 5 lieben... und eine starke Affinität zu Luxus und Lifestyle haben, sind Sie ein Wunschkandidat für unsere Auftraggeberin, eine erfolgreiche Unternehmung mit Portfolio von exklusiven Hotels und Resorts weltweit. Wir suchen den Kontakt zu einer starken, bereits erfolgreichen und kompetenten Persönlichkeit, die eigentlich nicht viele Worte braucht um die Komplexität dieser spannenden Herausforderung in den Schweizer Bergen zu erfassen.



General Manager Luxushotellerie

Sie begeistern uns mit einem aussagekräftigen kompletten Lebenslauf, überzeugen durch positive Zeugnisse, waren allenfalls schon in einer ähnlichen Position oder möchten ambitioniert den nächsten Schritt machen. Ihr Curriculum weist sicherlich eine Hotelfachausbildung mit entsprechender Management Weiterbildung auf und den entsprechenden für uns interessanten Karriereschritten, die Sie für uns zum Idealkandidaten machen. Sprachlich bewegen Sie sich zwingend in Deutsch und Englisch und sind sicher auf dem multikulturellen Parkett.

Unser ebenso kompetentes Team wartet auf einen glaubwürdigen, warmerzigen, authentischen und motivierenden GM – und dies bitte nicht nur auf dem Papier!

Rufen Sie mich direkt an oder senden Sie uns Ihren vollständigen CV mit Bild elektronisch zu, mit Zusicherung vollster Diskretion.

Ihre Kontaktperson: Esther Bischofberger, Tel. 043 343 92 92
ebis@ubis.ch



Menschen & Möglichkeiten
Esther Bischofberger
Zeltweg 44
8032 Zürich

25903-9888



WILLKOMMEN IM KSW-TEAM

Das Kantonsspital Winterthur (KSW) stellt mit seinen über 2'600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die umfassende medizinische Grundversorgung für die Region sicher. Darüber hinaus bietet es als Zentralspital überregional ein umfassendes Spektrum spezialisierter Leistungen und erbringt als Bildungsstätte einen wichtigen Beitrag im Gesundheitsmarkt.

Für den Bereich Infrastruktur / Verpflegung welcher insgesamt 90 Mitarbeitende umfasst, suchen wir per 15. Juli 2013 oder nach Vereinbarung eine/n erfahrene

Leiter/in Pâtisserie 100%

In dieser Funktion führen Sie die Pâtisserieposten, stellen die verschiedenen Confiserie- und Konditoreiprodukte her und sind für 3 Mitarbeitende die Ansprechperson. Sie sind verantwortlich für die Arbeitsteilung, Qualitätskontrolle der Lebensmittel und die zugeteilten Lernenden während der Ausbildung in der Pâtisserie. Ihre Arbeitszeit ist regulär von 05.45 bis 14.40 Uhr.

Wir wünschen uns eine Persönlichkeit, welche eine abgeschlossene Berufslehre als Konditor/-in und/oder Confiseur/-in mit guter Berufs-/ Hotelerfahrung mitbringt. Ihre Führungserfahrung ermöglicht es Ihnen, Ihr Team mit Weitsicht und Sicherheit zu leiten. Bei Anlässen sind Sie bereit unregelmässig zu arbeiten und Ihre offene, kommunikative, teamfähige, flexible, belastbare, zuverlässige Art runden Ihr Profil ab.

Nähre Auskunft über die Stelle erteilt Ihnen gerne:

Ruedi Manser, Leiter Verpflegung, Tel. 052 266 22 52, E-Mail: ruedi.manser@ksw.ch

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto richten Sie bitte an:

Kantonsspital Winterthur, Fabienne Kuonen, HR Bereichsverantwortliche

Brauerstrasse 15, Postfach 834, 8401 Winterthur, E-Mail: fabienne.kuonen@ksw.ch

KSW
KANTONSSPITAL WINTERTHUR

25866-9872

Legendäres Spitzenhotel – Profi Management

Gastfreundschaft auf oberstes Level zelebrieren. Durch innovative F & B-Angebote Mehrwert für Kunden generieren. Die **Wettbewerbsvorteile** eines legendären Hotels – es zählt zu den am Ort und im Kanton führenden Hotelbetrieben im Topsegment – optimal nutzen. Verantwortung für mehrere Restaurants, F & B-Outlets und Banqueting übernehmen sowie den GM vertreten. Im Team hochgesteckte Ziele erreichen. – Sind das Herausforderungen für Sie? Dann heissen wir Sie bei unserem Auftraggeber – ein Blue Chip der Branche – herzlich willkommen.

Hervorragende Dienstleistungen, hoher **Bekanntheitsgrad** und eine perfekte Infrastruktur dank namhafter Investitionen und Komplettrenovation bilden ein Alleinstellungsmerkmal. Standort: An einzigartiger Lage in einer der angestiegen, weltbekannte, mit grossen Top Reson Destinationen der Deutschschweiz. Als überzeugende, charismatische Führungspersönlichkeit mit dem Blick für Detail tragen Sie aktiv dazu bei, den anvisierten Performance-, Quality- & Standards-Vorgaben zum Durchbruch zu verhelfen.

Stv. Hoteldirektorin (Vizedirektorin)

Es darf auch ein Herr sein – mit dem Blick fürs Detail

Für diese spannende, ausbaubare Kaderposition benötigen Sie Erfahrung als Food & Beverage Manager/in oder als Executive Assistant Manager (EAM) i/c F & B verbunden mit Praxis aus dem gehobenen Conference-, Banqueting- & Eventbereich. Sie kennen die Kundenbedürfnisse und Kennzahlen namhafter Häuser à fonds und haben Erfahrung in Sachen **Führung mehrerer Teams** bzw. starker Department Heads. Rhetorisch sind Sie fit und kommunizieren brillant auf allen Ebenen.

Sie sind selbstbewusst, abgeklärt, und sehen an Sie gestellte hohe Erwartungshaltung als Steigbügel zum Erfolg. Auf den Punkt gebracht: Sie sind der Profi und suchen die ultimative Herausforderung! Wenn Sie das Umfeld eines Spitzenbetriebes anspricht, wo sich Familien, Sportler, Business-Clientel und internationale High-Society gleichermaßen wohl fühlen und Sie einen gehörigen Touch «Swissness» mitbringen, sollten wir uns kennenlernen! Für den Erstkontakt genügt uns Ihr Lebenslauf mit Foto via Mail oder ein Anruf.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

25866-9889

Hoteldirektor/in 100%



weitere Jobs unter www.migros.ch

Die Genossenschaft Migros Ostschweiz zählt mit einem Umsatz von gut 2,3 Mia Franken sowie 8'900 Mitarbeitenden zu den drei grössten der zehn regionalen Genossenschaften der Migros-Gruppe.

Als Spezialität besitzt die Genossenschaft in unmittelbarer Nähe zum Freizeitpark Säntispark das 4-Sterne Hotel Säntispark in Abtwil St. Gallen, welches ab Sommer im Sinne einer Vorwärtsstrategie deutlich vergrössert wird. Geplant sind eine Erweiterung von 70 auf 136 Zimmer, eine Verdoppelung der Seminarinfrastruktur und ein zweites Restaurant. Gleichzeitig wird ein Zentrum für Medizin und Sport angebaut werden, welches als Swiss Olympic Medical Center ausgezeichnet ist. 40 Millionen Franken werden in den Ausbau investiert. Die Generaleröffnung des erweiterten Hotels ist für Herbst 2014 vorgesehen. Organisatorisch ist das Hotel Säntispark direkt dem Leiter der Direktion Finanzen/Informatik unterstellt.

Vor dem Hintergrund dieser interessanten Perspektive suchen wir **baldmöglichst oder nach Vereinbarung eine/n neue/n**

Hoteldirektor/in 100%, Hotel Säntispark, Abtwil SG

Ihr Aufgabengebiet

Sie übernehmen die Leitung des Hotels in einer anspruchsvollen Erweiterungsphase. Ihre Aufgabe ist es, aus der einzigartigen, auf die vier Gästesegmente Business, Freizeit, Sport und Medizin ausgerichteten Infrastruktur eine Erfolgsgeschichte zu machen.

Unsere Anforderungen

Ihr Know-how stützen Sie einerseits auf Ihre solide, branchenspezifische Aus- und Weiterbildung auf höherem Niveau. Andererseits verfügen Sie über fundierte Branchen- und Marktkenntnisse sowie über mehrjährige Erfahrung und erfolgreiche Praxis in der Führung von grösseren Hotelbetrieben oder Resorts.

Sie sind eine starke, gefestigte und unternehmerisch denkende und handelnde Persönlichkeit mit konsequenter Kunden-, Markt- und Resultatorientierung. Sie sind innovativ, agil und verfügen über eine ausgeprägte Kontakt- und Kommunikationskompetenz. Auch Ihre Art, Menschen zu führen, überzeugt in jeder Hinsicht. Ihre effiziente Arbeitsweise und Ihre hohe Belastbarkeit wie auch Ihre absolut Integrität und Ihr klarer Auftritt runden Ihr Profil ab.

Wir bieten

Die Migros bietet attraktive Arbeits- und Anstellungsbedingungen.

Wir suchen engagierte und qualitätsbewusste Mitarbeitende, die gemeinsam mit uns die Zukunft der Migros erfolgreich mitgestalten.

Für weitere Auskünfte stehen Ihnen Herr Felix Hofstetter, Leiter Direktion Finanzen/Informatik, unter Telefon 071 493 23 70 oder Herr René Frei, Leiter Direktion Personelles, unter Telefon 071 493 24 66 gerne zur Verfügung.

Wenn Sie die beschriebenen Anforderungen erfüllen und sich angesprochen fühlen, freuen wir uns auf Ihre **physische Bewerbung** inklusive einer Selbsteinschätzung Ihres persönlichen Stärken-/Schwächenprofils an folgende Adresse:

Stalderprojects SAGL
Herr Adrian Stalder
Ai Ronch 1
CH-6653 Verscio TI



MIGROS

25862-9878

hoteljob.ch ist mehr als nur eine Stellenplattform!



SERVICE / RESTAURATION

Alle Jobangebote

258

Lehrstellen/ Praktikum

920

Bewerber- profile

100

Kursagenda

Aus- und Weiterbildungsprofile

Praktikumstellen

Berufsportraits

Jobangebote

News

Ratgeber

Weiterbildung

Karrieretipps

Kurse

Veranstaltungen

Bewerberbossiers

hoteljob.ch



Am 1. Mai 2013 sind Sie dabei als
Stellvertreter der Geschäftsführung
im Trendlokal
Restaurant Lötschberg in Bern
www.loetschberg-aoc.ch

...wenn Sie über eine abgeschlossene Restaurationsfachausbildung verfügen und mit Berufs- und Führungserfahrung ausgestattet sind (Alter 25 bis 35 Jahre).

Sie kennen die Branche und behalten in hektischen Situationen den Überblick. Gastronomie und Verkauf ist Ihre grosse Leidenschaft. Mit der Lötschberg-Crew erwarten Sie zudem ein motiviertes und eingespieltes Team.

Interessieren Sie sich für diese Herausforderung? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto bis 5. April 2013 an:

Restaurant Lötschberg
Nicolas Guidoux
Zeughausgasse 16
3011 Bern

25890-9880



Aus Spass am Genuss

kreuz.ch

Für unser Gourmetrestaurant Vivali in Oberwil BL suchen wir per 1. Juni 2013

Pâtissier (m/w)

Das Restaurant hat 30 Innen- und/oder 30 Aussensitzplätze und verwöhnt seine Gäste mit einer regionalen und saisonalen Gourmetküche, welche zu einer Genussreise durch unvergessliche Kreationen modern interpretierter Klassiker der Kochkunst einlädt. Das Restaurant ist mit 16 Gault-Millau-Punkten und einem Michelin-Stern ausgezeichnet.

Sie haben eine abgeschlossene Berufsausbildung als Pâtissier sowie Berufserfahrung in einem Gourmetrestaurant. Zudem verfügen Sie über ein hohes Qualitätsbewusstsein, sind kreativ, innovativ, motiviert, belastbar und flexibel. Auch Teamfähigkeit und Verantwortungsbewusstsein zeichnen Sie aus.

Stehen Gästefriedenheit und höchste Qualität der Süßspeisen und Desserts für Sie an erster Stelle? Möchten Sie Teil unseres jungen und motivierten «Vivali»-Teams werden? Sprechen Sie zudem Deutsch und vorzugsweise Französisch? Dann senden Sie unbedingt noch heute Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an: Karin Berger, Vivali das Restaurant, Hauptstrasse 41, 4104 Oberwil, oder an info@vivalirestaurant.ch.

Wir freuen uns auf Sie!

Unsere Handschrift

... einzigartig und persönlich
... hand- und hausgemacht

Koch/Köchin EFZ

Zur Aufrechterhaltung unserer nicht alltäglichen Qualitätsansprüche sucht die «Kreuz»-Crew Verstärkung. Bis bald, wir freuen uns!

Für spontane Interessenten Telefon 062 398 03 33

25890-9885



weitere Jobs unter www.migros.ch

Catering Services der Migros Luzern ist eines der führenden Cateringunternehmen im Raum Zentralschweiz. Wir planen und organisieren Veranstaltungen für renommierte Unternehmen und Organisationen aus Wirtschaft, Politik und Kultur und setzen jedem Event die Krone auf.

Wir suchen im Rahmen einer Neuorganisation per Juli 2013 eine/n

Leiter/Leiter Event Catering Services

Die operative Leitung von Anlässen zählt zu Ihren Stärken? In dieser Funktion können Sie Ihr Talent unter Beweis stellen, Teil eines dynamischen und motivierten Teams werden und uns beim Erreichen der ambitionären Wachstumsziele unterstützen.

Wir bieten Ihnen ein Aufgabengebiet, das den Schwerpunkt der operativen Leitung der Catering-Anlässe umfasst. Sie organisieren und führen Grossanlässe bis 5000 Personen durch. Dank Ihrer Erfahrung sind Sie fähig, Kunden und Mitarbeitende gleichermassen zu begeistern und tragen zur positiven Weiterentwicklung des Catering Services aktiv bei. Sie unterstützen den Leiter Catering Services/Projekte in operativen sowie strategischen Fragestellungen.

Ihr Profil

- Fundierte Ausbildung und mehrere Jahre Erfahrung in der Hotellerie beziehungsweise Gastronomie
- Erfahrung in der Organisation von anspruchsvollen und komplexen Privat- sowie Firmenevents mit bis zu 5'000 Personen
- Sehr gute analytische und betriebswirtschaftliche Fähigkeiten
- Überzeugendes und kompetentes Auftreten
- Kommunikations- und führungstarke Persönlichkeit
- Hohe Mobilitätsbereitschaft und Besitz eines Führerscheins
- Hohe Selbstständigkeit und grosser Einsatzwillen – auch in hektischem Umfeld
- Teamfähig, flexibel, belastbar
- Sehr gute MS Office-Kenntnisse

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann können wir Ihnen ein verantwortungsvolles, vielseitiges und dynamisches Tätigkeitsfeld mit interessanten Projekten bieten. Ihre vollständige Online-Bewerbung senden Sie bitte unter www.migros.ch/jobs.

Genossenschaft Migros Luzern

Geschäftsstätt Dierikon
Bettina Meyer
Leiter Personelles/Ausbildung
Postfach, 6031 Ebikon

MIGROS

25890-9881



The Zurich All Suite Hotel & Serviced Apartments



Für Tage, Wochen oder länger residieren, arbeiten oder tagen unsere Gäste in der vielfältigen Welt des EMA house. Einer jungen, initiativen und flexiblen Persönlichkeit offerieren wir eine abwechslungs- und anforderungsreiche Position als

Receptionistin

Als wichtiges Mitglied eines kleinen Teams erledigen Sie selbstständig und zuverlässig alle an einem Front Office/Service-Desk vorkommenden Aufgaben. Zudem sind Sie eine gewiefte Verkäuferin und versteht es, unsere Angebote im Telefon, bei persönlichen Präsentationen vor Ort und bei schriftlicher Offerstellung ins richtige Licht zu stellen. Vor allem sind Sie aber eine dienstleistungsorientierte, gepflegte und engagierte Person mit Gastgeberflair, die den menschlich anteilnehmenden Kontakt zu unserer anspruchsvollen internationalen Clientèle schätzt. Wenn Sie die folgenden Anforderungen erfüllen, freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto:

- Hotel-/Tourismus-KV, HOFDA oder andere Berufe/Tätigkeiten mit Dienstleistungs- und Fronterfahrung
- Sehr gute D- sowie E-Kenntnisse aus längerem Sprachaufenthalt (m/s); weitere Sprachen von Vorteil
- Kaufmännische Grundlagen
- Fidelis oder andere Hotelsoftware-Kenntnisse erwünscht
- Gute MS-Office-, Internet- und E-Mail-Anwenderkenntnisse
- PW-Ausweis von Vorteil
- Eintritt nach Vereinbarung

Auskünfte geben Ihnen gerne Urs Schärer oder Saskia Hockstra.

EMA House AG · Nordstrasse 1 · 8006 Zürich · Switzerland
T +41 44 368 36 68 · F +41 44 368 36 36 · info@ema-house.ch · www.ema-house.ch

25890-9884

Gastgeberpersönlichkeit (w / m)

Restaurant Mishio im Vatterland
Bärenplatz 2, 3011 Bern

per sofort oder nach Vereinbarung

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Die ausführliche Stellenbeschreibung finden Sie unter www.zfv.ch



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



25890-9883

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr **hotel revue**

HOTELLERIE" GASTRONOMIE ZEITUNG

HERAUSGEBER
hotelleriesuisse

Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

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

Hotellerie "Gastronomie Verlag
Adligenswilerstrasse 27
6006 Luzern
www.hotellerie-et-gastronomie.ch

LEITUNG

Barbara König
Philipp Bitter
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 Auftragserteilung

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

VERKAUF

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

Fax 031 370 42 23
inserate@stellenProfil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen
Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.80
4-farbig CHF 2.35
Kaderrubrik Stellen
s/w CHF 2.05
4-farbig CHF 2.57

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 Auftragserteilung mitgeteilt werden.

Aus- und Weiterbildung

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.80
4-farbig CHF 2.35

Immobilienanzeigen

Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.80
4-farbig CHF 2.35

Die Immobilienanzeigen werden automatisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00 während eines Monats auf www.htr.ch / www.immobilienverzeichnis.ch aufgeschaltet. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung 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
grafile (Illustrationen)

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

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

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION
Ringier Print Adligenswil AG, 6043
Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE
Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE
Reguläre Auflage 40.000 Ex.
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom
28.6., 9.8., 23.8., 13.9., 29.11., 13.12.)

Bei Kleinauflagen gelten reduzierte Preise.

Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwendung der redaktionellen Inhalte bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Redaktion. Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonst wie verwertet werden. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



NUR WER LIEST, WIRD KLÜGER.

Kompetente Journalisten und Journalistinnen schreiben für Sie in Schweizer Zeitungen und Zeitschriften über Aktualitäten und ihre Hintergründe. Damit Sie besser informiert sind und sich eine eigene Meinung bilden können. Bestellen Sie jetzt per Mausklick ein Probeabo Ihrer gewünschten Zeitung oder Zeitschrift und den Tierkalender auf www.presseabo.ch und mit etwas Glück gewinnen Sie CHF 10'000.– in bar oder Einkaufskarten von Coop City im Gesamtwert von CHF 40'000.– **Ihre Schweizer Zeitungen und Zeitschriften.**



Die Klinik Adelheid ist das Zentrum für Rehabilitation und Nachbehandlung des Kantons Zug. Die modern ausgestattete Klinik mit 94 stationären Betten und grosszügigen Therapierräumlichkeiten liegt an traumhafter Lage oberhalb des Ägersees. Wir betreuen Patientinnen und Patienten nach Operationen, mit Erkrankungen des Bewegungsapparates, des Nervensystems und der inneren Organe.

In unserer Abteilung Hotellerie suchen wir per 1. Mai 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Mitarbeiter/in Restauration, 40%

Unser gepflegtes Restaurant, welches sowohl in Selbstbedienung wie auch mit Service geführt wird, steht unseren Patienten, Gästen und Mitarbeitenden an sieben Tagen pro Woche offen.

Zur Erfüllung dieser abwechslungsreichen und anspruchsvollen Tätigkeit benötigen Sie viel Eigenverantwortung, eine abgeschlossene Lehre als Hotelfachassistent/in oder Servicefachangestellte/r und einige Jahre Berufserfahrung. Sie verfügen über gepflegte Umgangsformen und sprechen fließend Deutsch.

Wir bieten Ihnen ein attraktives Aufgabengebiet in einer modernen Rehabilitationsklinik, fortschrittliche Anstellungsbedingungen, sehr gute Sozialleistungen und ein motiviertes Team.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Frau Regula Rogenmoser, Leiterin Hotellerie, 041 754 35 17, gibt Ihnen gerne telefonisch weitere Auskünfte. Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an:

Klinik Adelheid AG
Silvia Theiler
Leiterin Personaladministration
Hohenweg 71
6314 Unterägeri

Telefon 041 754 35 20 (direkt)
E-Mail: silvia.theiler@klinik-adelheid.ch
www.klinik-adelheid.ch

25913-9880

Gesucht ab Mitte Mai 2013 in Grindelwald

Serviceangestellte (CH,D,A)

Hotel-Restaurant-Glacier AG
Endweg 55
3818 Grindelwald

25913-9891

RESTAURANT DOKTORHAUS

Wir suchen per 1. April 13 in unser junges Küchenteam selbständigen und flexiblen

Chef de Partie – Tournant

mit viel Sensibilität für Qualität und Kreativität

wir sind ein gastfreundlicher, moderner Restaurantsbetrieb mit Stil und Ambiente in unseren verschiedenen Räumlichkeiten wie Vineria, A-la-carte-Restaurant, Säli und Saal Bar und Gartenrestaurants
Stadtnah und doch ländlich. Bei uns fühlen sich Mitarbeiter und Gäste zuhause!

Unsere Küche ist das Herz des Hauses und überzeugt unsere Gäste durch ein hohes Qualitätsniveau.

Leicht, marktfrisch und fantasievoll präsentiert sich unsere Palette vom einfachen Tellergericht bis zum mehrgängigen Festessen.

Das Küchenteam setzt sich aus 8 bis 9 Chef de Partie und 4 Lehrlingen zusammen.

Für weitere Fragen oder Auskünfte stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Bitte Rita Essig oder Falk Richter verlangen (Tel. 044 830 58 92)
siehe auch www.doktorhaus.ch

Sind Sie interessiert, mit uns die Gäste zu verwöhnen?
Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung auch per Mail (Info@dokthaus.ch)

SVIZZERA ITALIANA



Il ristorante al Piazza, sul lungolago di Ascona, con 170 posti in terrazza e 110 per la stagione ev. annuale circa:

un Capo Servizio e/o 1°cameriere

Requisiti:

- esperienza in ristoranti à la carte e con grandi volumi
- ottime conoscenze di I e D e buone di F e E
- la vendita diretta al fronte
- provata capacità di conduzione di una brigata

Le offriamo:

- una sfida stimolante in un'azienda con obiettivi ambiziosi
- un posto di lavoro con moderne prestazioni sociali

Siamo riusciti a destare il suo interesse?

Invii la sua candidatura completa di CV con foto, diplomi e certificati a:

DANIZIA SA, Risorse Umane, C.P. 943, 6612 Ascona

25897-9886

Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 150 Franken

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

DIE GRÖSSTE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE IN DER SCHWEIZER HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND DEM TOURISMUS!

AUFLAGE
40.000

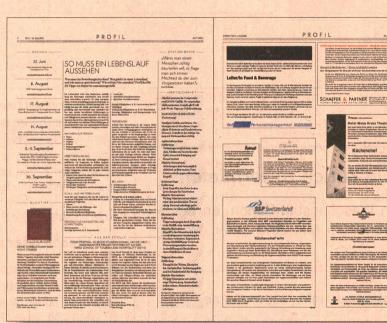
htr hotel revue

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

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

SPAREN DANK ENERGIEEFFIZIENZ

Die Schweizer Hotellerie kann sich im Rahmen der CO₂-Verordnung von der CO₂-Abgabe befreien lassen. Voraussetzung dazu ist die Verpflichtung zu Energieeinsparungen. Dabei lässt sich gleich doppelt Geld sparen: Neben der Rückerstattung der CO₂-Abgabe führen die Einsparungen zu einem Rückgang der Energiekosten. Angesichts der zu erwartenden massiven Erhöhung der CO₂-Abgabe ab 2014 ist eine Befreiung von der Abgabe für jeden Hotelier prüfenswert.

Kriterien für die Abgabebefreiung

Touristisch genutzten Hotelbetrieben ist eine Befreiung möglich, falls sie dem Bund gegenüber eine Verpflichtung zu einer Verminderung des CO₂-Ausstosses eingehen. Zur Befreiungsberechtigung gilt die Untergrenze eines Treibhausgasausstosses von 100 Tonnen pro Jahr (= ca. 38.000 Liter Heizöl oder 500.000 kWh Erdgas). Für kleinere Betriebe besteht die Möglichkeit, sich mit mehreren Unternehmungen zusammenzuschliessen und ge-

meinsam eine Verpflichtung zur Verminderung des Treibhausgasausstosses einzugehen.

Möglichkeiten für die Abgabebefreiung

Es gibt zwei Möglichkeiten für die Abgabebefreiung: Die Befreiung über ein Massnahmenziel, welches ausschliesslich durch die Tools des KMU-Modells der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) abgewickelt wird. Dieses Modell ist relativ einfach umsetzbar und für kleinere und mittlere Unternehmen mit Energiekosten bis zu einer Million Franken geeignet. Die zweite Möglichkeit ist die Befreiung über ein Emissionsziel, welches sich vornehmlich für grössere Unternehmen (Energiekosten über 500.000 Franken) empfiehlt. Die Gesamtmenge der Treibhausgase, die bis Ende 2020 maximal ausgestossen werden darf, wird anhand eines linearen Reduktionspfades berechnet. Unternehmen, welche sich bereits während der Periode 2008–2012 zu einer Verminderung verpflichtet haben, können auch einen ver einfach festgelegten Reduktionspfad beantragen. Die bisheri-

gen Benchmark-Gruppen sind in der revidierten Verordnung nicht mehr vorgesehen. Stattdessen können sich mehrere Unternehmen gemeinsam zur Verminderung der Treibhausgasemissionen verpflichten und sich so von der Abgabe befreien lassen. Die zusammengeschlossenen Betriebe werden als ein Unternehmen behandelt, wobei die Untergrenze von 100 Tonnen pro Jahr weiterhin gilt. Sie bestimmen einen Vertreter, der sie gegenüber dem Bund vertritt.

Weitere Informationen können dem Merkblatt «Umsetzung der CO₂-Verordnung» entnommen werden. Download unter: www.hotelleriesuisse.ch



Sandra Schürmann
 Projektleiterin Wirtschaftspolitik
www.hotelleriesuisse.ch



KEYSTONE

KOHL & PARTNER
 HOTEL & TOURISM CONSULTING

PÄCHTER / GASTGEBER FÜR EIN NEUES HOTEL IN SEDRUN-ANDERMATT

Die neue Skiregion entwickelt sich schnell. Für unseren Kunden suchen wir einen erfahrenen Gastgeber, welcher die Eröffnung eines Hotels (4 Sterne, 53 Zimmer) als Herausforderung mit „Passion“ annimmt. Ein fairer, den Tatsachen angepasster Pachtzins ermöglicht den Aufbau. Wir suchen einen Pächter, ausgestattet mit einem Eigenkapital und der Möglichkeit das Kleininventar selbst zu finanzieren. Mögliche Eröffnung auf Winter 2014/2015.

Für weitere Auskünfte:

Kohl & Partner (Schweiz) AG, André Gribi,
 044 533 50 40, andre.gribi@kohl-int.ch, www.kohl-int.ch

Die Burgergemeinde Simplicon schreibt das

Hotel-Restaurant POST

In Simplicon Dorf

nach einer grosszügigen Renovierung auf den 1. Juli 2013 zur Pacht aus.

- Das Hotel-Restaurant Post liegt mitten im Dorf an der Posthaltestelle mit dem Ausgangspunkt Stockalperweg nach Nord und Süd.
- Das Hotel-Restaurant Post umfasst:
 - ein Restaurant mit 80 Plätzen
 - einen frisch renovierten Saal im 2. Stockwerk mit 100 Plätzen
 - eine gut eingerichtete Küche
 - eine Gartenwirtschaft
 - sowie 13 frisch oder vor einigen Jahren renovierte Zimmer
- falls erwünscht, ist eine Wirtewohnung im selben Gebäude vorhanden (Erstbezug).
- Mobiliar und Inventar stehen zur Verfügung.

Das Hotel-Restaurant Post ist bestens geeignet für Hotelfachpaares, die eine Existenzgründung suchen. Deshalb schreibt die Burgergemeinde Simplicon das Hotel-Restaurant Post zu einem günstigen Mietpreis aus.

Weitere Auskünfte sind bei der Burgergemeinde Simplicon unter der Telefonnummer 027 978 80 80 erhältlich, wo auch Besichtigungstermine vereinbart werden können.

Die Bewerbungen von Interessenten mit Hotel- und Wirtspatent sind bis 5. April 2013 an die Burgergemeinde Simplicon, 3907 Simplicon Dorf, zu richten.

Konzession Autobahnrasstätte

Der Kanton Luzern sucht für den Bau und den Betrieb der zukünftigen Autobahnrasstätte St. Katharina (A14 in Inwil) einen Konzessionär.

Mehr Informationen zum Projekt und zur Konzessionsausschreibung:

- www.simap.ch (Projekt-ID 94982)
- Luzerner Kantonsblatt vom 16. März 2013

Verkehr und Infrastruktur vif.lu.ch

Zu vermieten ab 1. Juni 2013

Restaurant Poltera-Stube, Arosa

bekanntes Lokal an guter Lage mit 70 Plätzen.

Gegenüber Eissporthalle und Arosa Tourismus

Kontakt: Georg Poltera
Telefon 081 377 13 81
E-Mail: gebi-poltera-ag@bluewin.ch

25872-987

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

Auf die Wintersaison 2013/14 suchen wir einen/eine

Pächter/in oder ein Pächter-Paar

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 Porträtfotos per Post an: Gioni Fry, Via Sursilvana 11, 7110 Disentis, oder per E-Mail an: info@mobilias-fry.ch

25740-980

Gastro-Location direkt am See in Zürich zu vermieten!

Für die Gastro-Fläche in der ehemaligen Waschanstalt Zürich, an der Seestrasse in Zürich-Wollishofen, suchen wir ab Mai 2013 (oder nach Vereinbarung) einen neuen Mieter.

Eckdaten

- Innenfläche ca. 433 m² – auf 2 Geschossen, inkl. Nebenräume
- Aussenfläche ca. 250 m²
- Variable Flächenbespielung möglich:
 Restaurant, Bar/Lounge, Private Dining, Terrasse usw.
- Direkte Sicht auf den Zürichsee und auf die Stadt Zürich
- Location komplett eingerichtet, inkl. Kleininventar

Neugierig? Laden Sie sich die Ausschreibungunterlagen auf unserer Website unter «Aktuelles» herunter. Dort finden Sie alle nötigen Details zum Mietobjekt sowie Angaben für das weitere Vorgehen.

Jörg Landert, gastronomie, konzepte, consulting ltd, renggerstrasse 60, ch-8038 zürich
 telefon: +41 44 480 29 29, fax: +41 44 480 29 49, e-mail: jl@jlz.ch website: www.jlz.ch



25883-987

Liegenschaften finden –

neu auch online

www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue