

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2013)
Heft: 36

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 13.06.2025

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



Der Neuanfang

Wie Laurenz Schmid und Heiner Lutz auf ihre fast 40-jährige Hoteliertkarriere im Berner Oberland zurückblicken – und was sie jetzt planen.

Seite 3

Die Entscheide

Was in der Herbst-session neben der Einführung eines Hygiene-Ausweises zur Debatte steht – und was aktuell beschlossen wird:

Seite 2

Die Strategie

Wie das Projekt «Diablerets verts» die Waadtler Destination in die Zukunft führen will – und was das für den Tourismus bedeutet.

Seite 9

Das Konzept

Wieso sich die Anhänger der Paleo-Ernährung wie die Steinzeitmenschen ernähren – und was in der Schweiz dazu angeboten wird.

Seite 18 und 19

Inhalt

aktuell	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-14
caterer & service	15
dolce vita	16-20

Hotellerie im Gesundheitswesen

Mehr Transparenz

Der erste Benchmark für die Hotellerie im Gesundheitswesen zeigt: Das Potenzial ist gross.

GUDRUN SCHLENCEK

Bei der Schweizer Spital-hotellerie lassen sich bei Aufwand und Ertrag erhebliche Unterschiede feststellen. Das zeigt deutlich der erste umfassende Benchmark, welcher tatsächlich vergleichbare Kennzahlen liefert. Beispiel: Im letzten Jahr schwankten die Verpflegungskosten für einen Patienten pro Tag zwischen 35 und 50 Franken. Bei 100 000 Patiententagen (mittleres grosses Spital) würde diese Differenz mit 1,5 Millionen Franken zu Buche schlagen. Im Zuge des Swiss DRG-Fallpauschalensystems gewinnen solche Kennzahlen für das Spitalmanagement auf jeden Fall an Bedeutung. Denn der

Druck auf die Kosten und die Leistung der Schweizer Spitäler ist damit deutlich gestiegen. Das spüren auch die Hotellerie-Verantwortlichen in den Institutionen: Nach weniger als einem Jahr zählt die Benchmark-Gruppe zur Hotellerie im Gesundheitswesen bereits an die 30 Mitglieder.

Seite 15

Klimawandel

Bündner sind gut aufgestellt



Den Bündner Bergbahnen eröffnet der Klimawandel auch Chancen für das Sommergeschäft. Seite 5

zvg

Senioren-Marketing

Das «beste Alter» besser nutzen

Vom Wachstumsmarkt der Best Agers ist seit geraumer Zeit die Rede. Doch die Hotellerie scheint sich mit entsprechenden Angeboten und erst recht mit deren offensiver Vermarktung schwerzutun. Zu gross ist die Scheu, dass eine klare Positionierung andere Gäste abschrecken könnte.

«fokuss», Seite 11 bis 14

Weiterbildung

Executive MBA für Touristiker

In einer schweizerisch-französischen Kooperation bietet die Hochschule für Wirtschaft und Tourismus der HES-SO in Siders ab diesem Oktober ein Executive MBA Studium für Innovations-Touristiker an. Das neue Weiterbildungsprogramm ist in Zusammenarbeit mit dem Institut universitaire Kurt Bösch (IUKB) und zwei Bildungsinstituten in



Innovativ im Bildungsangebot: die HES-SO in Siders.

Frankreich erstellt worden. Im Mittelpunkt der berufsbegleitenden Weiterbildung steht die Innovation von touristischen Projekten. Daneben werden in zwölf Modulen auch Themen des e-Tourismus, des Umwelt-Tourismus und der Nachhaltigkeit im Tourismus behandelt.

aca/ste Seite 10

Kommentar

Clevere Referenten und ein kluger Querdenker



GERY NIEVERGELT

Zwei Bemerkungen allgemeiner Natur zur von Unternehmer Oliver Stoldt ins Leben gerufenen Marketingtagung «Distribution Day», die diesen Dienstag stattfand – nicht ganz zufällig nur eine Woche vor dem Hotelmarketingtag von ST und hotellerieuisse.

In der Regel sind die Referenten heute rhetorisch gut geschult, treten in der Tendenz jedoch immer ausgeprägter als Promoter ihrer Firmen und Produkte auf. So wählte man sich auch diesmal (zu) oft an einer reinen Verkaufveranstaltung.

Zweitens werden Vorwissen und Fachkompetenz von Tagungsteilnehmenden gerne unterschätzt. Fast jeder Referent beschwor das goldene Zeitalter des Internets und wies anhand von Grafiken auf dessen überlegene Relevanz hin. Nun, Marketingfachleute und Hoteliers haben das mittlerweile auch verinnerlicht.

Doch abgesehen davon erhielt man an dieser Veranstaltung eine Menge nützlicher Inputs und als Schlussbouquet den fabelhaften Auftritt des deutschen Speakers Hermann Scherer, der das Publikum mit einem flammenden Plädoyer für das Aufbrechen erstarrter Formen in Bann zog.

Und es gab einen weiteren überraschenden Moment an dieser ganz der Distribution gewidmeten Tagung: Auf die Dominanz des Internets angesprochen, meinte ausgerechnet der Google-Vertreter nachdenklich: «Früher war es auch schön. Nämlich weniger stressig.»

Seite 3 und 6

Täglich aktuell:
www.htr.ch

Adresse: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
E-Mail: redaktion@htr.ch
Aboservice: Tel. 031 740 97 93
E-Mail: abo@htr.ch



9 771662 1334000 36

Zeit haben für das wirklich Wichtige:

für Ihre Gäste.

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

hotellerieuisse
Schweizer Hotellerieverband

protel
Hotelmanagement

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

HOREGO

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

www.horego.ch

Trinkreif?

Die Software für mehr Effizienz bei Einkauf, Bestellwesen, Lagerbewirtschaftung

fideHotel
www.fidehotel.ch

SUN TOP 3100®

Windfest bis 75 km/h und 100 % wasserdicht!

KÄSTLISTOREN

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

Schlafen ist sinnlich.

roviva

OBJECTS

www.roviva.ch

«Wir sind davon ausgegangen, dass Nik Leuenberger The Alpina bis Ende Wintersaison führt. Das wäre okay gewesen, denn viele General Manager sind «Opener», fahren ein Hotel hoch und ziehen dann weiter.» Dies sagt Urs Heller, Chef von Gault Millau Schweiz, eine Woche nach Verleihung der Auszeichnung. «Das Besitzer und Direktor das Heu nicht immer auf der gleichen Bühne hatten, war uns bekannt. Wir sind aber davon ausgegangen, dass man sich noch bis Ende Wintersaison zusammenrauft», so Heller weiter.

«Wir hatten kein Geld»

Laurenz Schmid und Heiner Lutz geben ihr Lebenswerk in neue Hände. Die beiden Hoteliers ziehen Bilanz über mehr als dreissig Jahre Erfolg im Berner Oberland.

DANIEL STAMPLI

Sie ziehen sich aus der operativen Leitung Ihrer beiden Hotels zurück. Worauf sind Sie im Rückblick besonders stolz?

Laurenz Schmid: Auf das Gesamtwerk. Das «Ermitage» brachten wir von einer kleinen Pension vor 37 Jahren zu dem, was es heute ist. Andererseits führten wir auch das damals mit Problemen kämpfende «Beatus» zu einem erfolgreichen Haus. Sehr stolz sind wir auch darauf, dass wir die beiden Hotels über all die Jahre halten konnten.

Heiner Lutz: Das «Ermitage» und das «Beatus» sind wie zwei Kinder und unser Stolz. Es freut uns auch, dass wir viele langjährige Mitarbeitende zählen dürfen, die viel zum Erfolg beigetragen haben. Zu früheren Mitarbeitenden haben wir noch regelmässigen Kontakt.

Wie kamen Sie als Basler dazu, gleich zwei Hotels im Berner Oberland zu besitzen?

Schmid: Dahinter steckt ein Lebensentscheid. Im Vordergrund stand aber nicht der Kauf, sondern die Verwirklichung einer Idee. **Lutz:** Dass es das Berner Oberland wurde, war bis zu einem gewissen Grad Zufall. Wir suchten Ferienhotels, geeignet für den Sommer- und Winterbetrieb. Wir suchten in bekannten Tourismusdestinationen, wie dem Engadin, in Flims, Lenzerheide, Lenk und Schönried. Entschieden haben wir uns dann für Schönried. Das «Ermitage» war damals im Jahr 1976 geschlossen und im Park weideten Kühe. Zum «Beatus» in Merligen kamen wir wie die Jungfrau zum Kind. Es entstand aus einer Hilfestellung gegenüber den damaligen Besitzern heraus. Wir verliebten uns in das Haus und konnten es dann erwerben.

Waren Sie damals Quereinsteiger?

Schmid: Ich war Quereinsteiger, ein typischer Basler aus der Chemie. **Lutz:** Ich habe die Hotelfachschule in Luzern absolviert. Laurenz Schmid war immer der Zahlenmensch und ich mehr der Frontmann. So haben wir uns ideal ergänzt. Ich gab das Geld aus und er schaute, dass etwas in der Kasse bleibt.

Es mussten immer wieder grosse Summen investiert werden. Wie haben Sie dies jeweils finanziert?

Schmid: Grundsätzlich durch selbst erarbeitete Mittel. Jeder Franken wurde immer wieder reinvestiert. Trotzdem geht es ohne Bankfinanzierung nicht. Da wir beide zu Beginn kein Geld hatten, bedienten wir uns dem Modell des Immobilien-Leasings. Wir mussten Zinsen bezahlen und amortisieren. Durch die Abzahlungen wurden wir mit der Zeit Eigentümer. Heute sind wir klassisch finanziert.

Zu den Personen Jung gestartet und Erfolg als Hoteliers

Heiner Lutz (60) und Laurenz Schmid (64), beide aus Basel, hatten im Sommer 1977 das damalige Hotel Ermitage-Golf mit 18 Zimmern, davon nur 6 mit Badezimmern, in Schönried übernommen. Im Jahr 1993 übernahmen sie das Hotel Beatus in Merligen am Thunersee. Während 37 Jahren unternehmerischer Tätigkeit investierten sie über 100 Mio. Franken in die beiden Häuser und machten sie zu 5-Sterne-Wellness- und Spa-Hotels. Per 1. Dezember 2013 ziehen sich Lutz und Schmid aus der operativen Leitung der beiden Betriebe zurück. Die Position des CEO über beide Hotels übernimmt Daniel J. Ziegler. dst

Hat sich die Gästestruktur über die Jahre verändert?

Lutz: In beiden Hotels haben wir 75 Prozent Schweizer Gäste. Im «Ermitage» stammt ein Drittel davon aus der französischen Schweiz. Im «Beatus» ist der Anteil an Deutschschweizern höher. Früher blieben die Gäste im Sommer häufiger als heute mehrere Wochen. Heute wird viel kurzfristiger und für eine kürzere Aufenthaltsdauer gebucht. Im Winter buchen die Gäste in der Regel für eine Woche.

Haben Sie viele Gäste, die in beiden Betrieben übernachten?

Schmid: Doch, schon. Wir haben auch ein Angebot mit je einer Woche in jedem Hotel. Dies benutzen eher die klassischen Gäste. Es gibt aber Leute, die etwa je zwei Tage an beiden Orten verbringen.

Lutz: Wir bieten in beiden Häusern eine Ferienbetreuung an. Drei Personen begleiten die Gäste auf Wanderungen, Ausflügen oder bei Sportaktivitäten. Einmal pro Woche gehen wir mit den Gästen von Schönried nach Merligen und umgekehrt.

Verspüren Sie die Eurokrise beziehungsweise den starken Franken?

Schmid: Ja, eindeutig. Stark macht sich dies im deutschen Markt bemerkbar, im französischen Markt hingegen gar nicht. Die Mentalitäten sind sehr verschieden. Die Franzosen geben aus, solange sie haben, und die Deutschen haben bereits heute Angst, dass ihnen das Geld in zehn Jahren ausgehen könnte.

Welche Synergien werden zwischen beiden Häusern genutzt?

Schmid: Unser Callcenter wickelt alle Reservationen beider Hotels ab. Auch die Buchhaltung, das Personalwesen, kurz gesagt die ganze Administration läuft über nur eine Stelle. Gemeinsam eingekauft werden gewisse Produktgruppen. Da jeder Küchenchef seine Vorlieben hat, kann nicht alles gemeinsam eingekauft werden.

Lutz: Eine Ausnahme ist das Fleisch. Der Metzger aus Schönried beliefert auch dreimal pro Woche das «Beatus». Wenn er unsere beiden zwölf Monate geöffneten Häuser nicht als Kunden hätte, könnte er nicht überleben.

Wie schwierig ist es für Sie, sich von Ihrem Lebenswerk zu trennen?

Schmid: Es ist nicht sehr einfach. Wir waren uns aber immer bewusst, dass wir diesen Schritt tun wollen, solange wir es können und nicht müssen. Es ist nicht nur die operationelle Übergabe an Daniel J. Ziegler. Die Familie von Heiner Lutz wird viel stärker in den Verwaltungsrat eingebunden. Unser Aktienpaket werden wir im Laufe des nächsten Jahres an den Bruder von Heiner Lutz und seine beiden Söhne abgeben. Wir werden jedoch weiterhin dem Verwaltungsrat angehören.

Sie schaffen nun eine neue Struktur mit einem CEO, der beiden Hoteldirektoren vorsteht. Weshalb?

Schmid: Wir haben für die beiden Betriebe eine nachhaltige Lösung angestrebt. Da beide Neffen von Heiner Lutz nicht aus dem Hotelfach sind, muss deshalb auch die Fachkompetenz in der obersten Führung langfristig gewährleistet bleiben. Der CEO wird als Bindeglied zwischen den Betrieben und den Neffen stehen. Daniel J. Ziegler wird gegenüber dem Verwaltungsrat direkt verantwortlich sein.



Laurenz Schmid (links) und Heiner Lutz vor dem Hotel Ermitage in Schönried, einem ihrer beiden erfolgreichen 5-Sterne-Betriebe.

Daniel Stampfli

Ist dies für die beiden Hoteldirektoren nicht eine Bevormundung?
Lutz: Jetzt hatten sie uns als Chefs.

Aber Sie waren gleichzeitig die Eigentümer.

Schmid: Es wird sicher von allen Seiten eine Anpassung benötigen. Also auch von den beiden Hoteldirektoren. Sie werden sich an einen anderen Stil gewöhnen müssen. Mit der Zeit wird man vielleicht etwas betriebsblind. So betrachtet schadet es gar nicht, wenn die beiden Häuser mit dem neuen CEO einen Kick erhalten, um die nächsten zehn Jahre angehen und diese erfolgreich bestehen zu können.

«Es freut uns, dass wir viele langjährige Mitarbeitende zählen dürfen, die viel zum Erfolg beitrugen.»

Heiner Lutz
Inhaber Hotels Ermitage und Beatus

Müssen Sie nicht befürchten, dass die beiden Hoteldirektoren abspringen werden?

Schmid: Dies ist sicher nicht das Ziel der Übung. Man hat nie eine Garantie dafür, was die Zukunft bringt. Aber die beiden Hoteldirektoren sind sehr verwachsen mit den beiden Häusern und fühlen sich wohl in diesem Umfeld.

Welche Entscheidungsbefugnis bleibt ihnen noch?

Schmid: Sie sind für das Tagesgeschäft verantwortlich.

Lutz: Daniel J. Ziegler muss die einschlagende Richtung und die Strategie für die beiden Hotels vorgeben. Die beiden Direktoren müssen die Rolle des Gastgebers wahrnehmen.

Was tun Sie noch bis zur Übergabe am 1. Dezember?

Schmid: Wir bereiten die Übergabe bestens vor, damit Daniel J. Ziegler eine optimale Plattform für seine Arbeit vorfinden wird.

Und danach?

Schmid: Wir werden uns sicher Dingen widmen, für welche wir in den letzten Jahren aufgrund der intensiven Arbeit zu wenig Zeit hatten. Dazu gehört das Reisen.

Lutz: Und auch der Besuch von kulturellen Veranstaltungen, wie Konzerte und Theateraufführungen.

Standpunkt

Entwarnung
an der
Zweitwohnungsfront



CHRISTOPH
JUEN*

Die Hotellerie kann mit dem Gesetzesentwurf über Zweitwohnungsfront zufrieden sein. Viele der von hotellerieusuisse vorgebrachten Branchenargumente sind in den Gesetzestext eingeflossen. Drei Kategorien touristisch bewirtschafteter Wohnungen sind somit künftig möglich: 1. können im Rahmen strukturierter Beherbergungsformen, worunter Hotels und hotelmässige Residenzen fallen, weiterhin neue Wohnungen gebaut werden. 2. ist es Ortsansässigen beim

«Viele Anliegen von hotellerieusuisse sind in den Gesetzesentwurf eingeflossen.»

Neubau einer Erstwohnung erlaubt, eine Einliegerwohnung zu erstellen.

3. sind Zweitwohnungen auch dann gesetzeskonform, wenn sie auf international ausgerichteten, kommerziellen Vertriebsplattformen angeboten werden. Diese Möglichkeit besteht jedoch nur in Gebieten, in denen ein entsprechender Bedarf ausgewiesen ist. Wichtig ist für die Hotellerie die Möglichkeit der kompletten Umnutzung von über 25-jährigen Hotelbetrieben, wenn sie aus wirtschaftlichen Gründen nicht mehr weitergeführt werden können. Zusätzlich sieht das Gesetz vor, dass beim Bau eines neuen Beherbergungsbetriebs maximal 20% der Hauptnutzfläche als Zweitwohnungen geplant werden können, falls sie für die (Quer-)Finanzierung des Baus oder der Weiterführung des Betriebs erforderlich sind. Wenn das Parlament das Gesetz in dieser Form genehmigt, kann die Hotellerie aufatmen und muss kaum negative Auswirkungen der Zweitwohnungsinitiative befürchten.

* Christoph Juen ist CEO von hotellerieusuisse.

Aufgefallen

**Die Destination
Schweiz überzeugt
und begeistert**



Gute Nachricht für Hoteliers und Touristiker überbrachte an der Marketingtagung

«Distribution Day» Georg Ziegler von HolidayCheck.com: Die Destination Schweiz wird von den Touristen sehr gut bewertet, dies gilt für alle Hotelkategorien. Am zufriedensten sind Gäste über 43 Jahre und Familien, etwas weniger enthusiastisch äussern sich Alleinreisende. Interessant: Je länger sich ein Gast in der Schweiz aufhält, desto besser gefällt es ihm hier. Und womit punktet die Schweizer Hotellerie am meisten? Es ist die Servicequalität. Das Fazit von Ziegler: «Die Destination Schweiz überzeugt und begeistert!»

gn



Audrey Gellet, Fachlehrerin Pâtisserie an der Ecole hôtelière de Lausanne

«Uns verbindet Leidenschaft»

Audrey Gellet hat das Finale des erstmals vom französischen Sender France 2 organisierten Wettbewerbs «Qui sera le plus grand pâtissier?» gewonnen. Die 29-jährige Französin ist Fachlehrerin Pâtisserie an der Ecole hôtelière de Lausanne.

Über drei Millionen Fernsehzuschauer schauten am 23. Juli auf France 2 zu, wie Audrey Gellet das Finale des Wettbewerbs «Qui sera le plus grand pâtissier?» (Wer wird der grösste Pâtissier?) für sich entschied.

Die Fachlehrerin Pâtisserie an der Ecole hôtelière de Lausanne hat hart gearbeitet, um es ins Finale zu schaffen und sich gegen ihre beiden Konkurrenten durchzusetzen: Amaury Guichon schied am Anfang aus, und Yann Menguy überflügelte sie in einem spannenden Kopf-an-Kopf-Rennen mit 61 zu 58 Punkten.

Das Prüfungsprogramm war nahrhaft. Vor laufenden Kameras mussten die Finalisten eine Boutique eröffnen, eine Tarte Tropézienne neu interpretieren, eine Dekoration zum Thema Mode kreieren und innert fünf Stunden ein Buffet planen und realisieren. Ein Marathon. «Es war stressig, hat aber auch Spass gemacht, weil man

laufend versuchen musste, sich selbst zu übertreffen», erinnert sich Audrey Gellet. War sie auf einen Sieg gefasst? Sie habe nicht daran zu denken gewagt, sagt sie, aber: «Wenn man bei einem Wettbewerb mitmacht, dann um zu gewinnen!»

Dass sie es geschafft hat, verdankt die junge Französin natürlich ihrem Talent, aber auch den Erfahrungen, die sie bei grossen Chefs und bekannten Pâtissiers sammeln konnte. «Entdeckt» wurde sie von Philippe Rigolot, einem «Meilleur ouvrier de France» und Dessert-Weltmeister. «Er sass an den Dessert-Meisterschaften in Frankreich in der Jury und bot mir eine Stelle bei ihm in der Maison Pic in Valence an. Er hat mir das Handwerk so richtig beigebracht.»

So lernte Audrey Gellet auch Anne-Sophie Pic kennen, ihr Know-how und ihr Restaurant im Beau-Rivage Palace in Lausanne. «Ich habe enorm viel über Geschmacksverbindungen von ihr gelernt. Dank ihr habe ich meinen Stil gefunden.» Heute sammelt sie weitere Erfahrungen an der EHL und lernt Techniken mit Franck



«Der Wettbewerb war stressig, hat aber auch Spass gemacht, weil man laufend versuchen musste, sich selbst zu übertreffen.»

Audrey Gellet, Fachlehrerin Pâtisserie an der EHL

Michel, einem Lehrbeauftragten für praktische Künste wie Philippe Rigolot.

Audrey Gellet liebt ihre Arbeit in Chalet-a-Gobet. «Vor allem mit den Studierenden in

der Schulküche kann ich meinem Handwerk nachgehen, mit allem Kreativem, was dazugehört, und es weitervermitteln. Das macht es dreimal so interessant», erzählt sie begeistert.

Der Sieg im Wettbewerb von France 2 bietet der Preisträgerin nicht nur mediale Sichtbarkeit, er hat ihr auch drei zweiwöchige Praktika bei berühmten Pâtissiers in Barcelona, Las Vegas und Tokio eingebracht. «Ich kenne nur Barcelona, wo ich zu Oriol Balager gehen werde, einem ehemaligen Pâtissier des Restaurants El Bulli.»

Aber das ist noch nicht alles. Am 23. August hat der Verlag Martinière ein Buch mit den zwölf Rezepten von Audrey Gellet aus der Sendereihe «Qui sera le plus grand pâtissier?» und acht weiteren Pâtisserie-Kreationen der Preisträgerin auf den Markt gebracht.

In der Pâtisserie gibt es vielerlei Produkte und Rezepte. «Ich bin ein Fan von meringuierten Zitronentarts. Desserts auf Meringue-Basis liegen mir, aber ich arbeite auch gern mit klassischen Produkten wie Schokolade», erklärt sie. Und die Pâtisserie bleibt nicht stehen:

«Der Trend geht zu gesünderen Produkten, leichteren Kreationen, aber mit klaren Geschmacks- und guten Verbindungen. Viele Klassiker werden neu interpretiert.» Man darf davon ausgehen, dass Audrey Gellet diesen Trend mitprägen wird.

Fachhochschule mit exzellentem Ruf

Die Hotelfachschule Lausanne (Ecole hôtelière de Lausanne) wurde 1893 von Jacques Tschumi gegründet. Damit ist sie die älteste Hotelschule der Welt. Heute gilt sie als eine international führende Fachhochschule mit exzellentem Ruf. 1500 Studierende aus mehr als 70 Nationen belegen die französischen und englischen Kurse der Fachhochschule. Als einzige Bildungsinstitution bietet sie einen eidgenössisch anerkannten Fachhochschulstudiengang im Bereich Hotellerie an. Als erste und bisher einzige Hotelfachschule wurde sie 2004 von der New England Association of Schools and Colleges (NEASC) als «Institution of Higher Education» akkreditiert.



Zurzeit gelten die Bündner Skigebiete als schneesicher. In Zukunft ist gemäss einer Studie aber von einer Verschlechterung auszugehen. Profitieren kann der Sommertourismus.

DANIEL STAMPLI

Der Klimawandel wird sich in Zukunft stärker bemerkbar machen. Im Verlaufe dieses Jahrhunderts ist von einer Verschlechterung der natürlichen Schneesicherheit auszugehen, wie die Studie «Herausforderung Klimawandel» der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Chur aufzeigt. Der Bericht wurde von den Bergbahnen Graubünden zusammen mit dem kantonalen Amt für Tourismus und Wirtschaft in Auftrag gegeben. Die Verschlechterung der natürlichen Schneesicherheit – ohne Beschneigung – werde vor allem während der Weihnachts- und Neujahrsferien spürbar sein, so der Bericht.

Ausbau der Beschneigung ist nicht unproblematisch

Mit einem Ausbau der technischen Beschneigung könnten die negativen Auswirkungen des Klimawandels auf die natürliche Schneesicherheit jedoch zu einem grossen Teil aufgefangen werden. Die technische Schneesicherheit könne allerdings nur gewährleistet werden, wenn demnach deutlich mehr beschneit werde. Dies bedeutet mehr Beschneigungsanlagen, einen höheren Ressourcenbedarf sowie höhere Kosten. Als kritisch würden die Wasserverfügbarkeit und die Finanzierung gelten, schreiben die Autoren in ihrem Bericht. Hinzu komme, dass ein weiterer Ausbau der technischen Beschneigung in der Öffentlichkeit kontrovers diskutiert werden dürfte.

Mit dem Ausbau der Beschneigung gehe häufig auch ein Ausbau der Pisten einher. Damit seien Landschaftseingriffe verbunden. Sollte es tatsächlich zu einer Intensivierung des Skibetriebs in höheren Lagen kommen, würden vermehrt Regionen tangiert, die als ökologischer Sicht als besonders sensibel eingestuft werden müssen.

Finanzierung als Herausforderung

Bei der Frage nach der Finanzierung einer häufigeren Beschneigung müssten die Ertragskraft der Seilbahnunternehmen, die Zahlungsbereitschaft der Skifahrer und alternative Finanzierungsmodelle berücksichtigt werden. Die höheren Kosten würden sich in höheren Liftprei-



In den Bündner Bergen werden mehr Angebote für den Sommer gefragt sein, etwa für Biker.

swiss-image.ch/Stefan Hunziker

Wandel als Chance

sen niederschlagen. Es stelle sich dabei die Frage, ob die Schneesportler bereit sind, mehr für die Liftickets zu bezahlen und wenn ja, in welchem Umfang.

Laut Studie der HTW Chur verfügen die Bündner Skigebiete in Bezug auf die Schneesicherheit über einen Vorteil gegenüber Mitbewerbern im Alpenraum. In

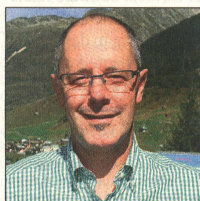
Graubünden werde die Zahl der technisch schneesicheren Skigebiete später und deutlich weniger stark zurückgehen als beispielsweise im Tirol.

Mehr Tagesausflüge im Sommer

Auf den alpinen Sommertourismus wird der Klimawandel ge-

mäss Studie mit dem Untertitel «Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden» negative und positive Auswirkungen haben. Profitieren von den klimatischen Veränderungen – mehr Hitze im verstärkten Mittelland, vergleichsweise kühl in den Bergen – dürfte vor allem der Tagesausflugs- und Kurzzeitouri-

rismus profitieren. Hier stünde man jedoch vor der Herausforderung, die An- und Abreise der Gäste klimafreundlicher zu gestalten. Ob es auch mehr Ferientourismus geben werde, womöglich gar von Leuten, die früher Badeferien machten, sei denkbar, werde aber sicher nicht allein vom Klima entschieden.



Nachgefragt

Silvio Schmid

Präsident
Bündner Bergbahnen

Lesen Sie aus dem HTW-Bericht mehr Risiken oder mehr Chancen?

Vor allem Chancen, denn die Risiken für den Wintersport aufgrund der Klimaerwärmung waren grösstenteils bereits bekannt. Der Bericht zeigt nun auf, dass vor allem die Bergbahnen in Graubünden, aber auch in der Schweiz grundsätzlich, gegenüber unseren Mitbewerbern im Tirol und im Südtirol in Zukunft gut aufgestellt sind.

Welche Lehren ziehen die Bergbahnen daraus?

Wir haben jetzt ein Abbild, in welchem Umfang und in welcher Zeitspanne sich die Klimaerwärmung konkret entwickeln kann. Ob es genau so eintreten wird, wissen wir auch so nicht mit Bestimmtheit. Wir können aber abschätzen, wo die Herausforderungen liegen. Für uns sind die Studienergebnisse vor allem auch ein Instrument, um

gegenüber der Politik und der Öffentlichkeit unsere Forderungen zu stellen.

Es besteht Potenzial für den Sommertourismus. Was heisst dies bezüglich Angebotsgestaltung für die Bergbahnen?

Grundsätzlich hat der Sommer durchaus eine Chance, um von der Klimaerwärmung profitieren zu können. Andererseits erwirtschaften die Bündner Bergbahnen 95 Prozent ihres Umsatzes im Winter, anders als etwa im Wallis oder im Berner Oberland. Wir sind uns aber durchaus bewusst, dass das Sommergeschäft weiter gefördert werden muss. Dazu braucht es entsprechende Angebote, wie etwa solche für Biker oder besondere Inszenierungen. Dies ist aber nur möglich, wenn wir ein entsprechend gutes Wintergeschäft haben. Denn nur dies berechtigt dazu, auch in den Sommer zu investieren.

Werden die Bergbahnen in Zukunft vermehrt auch in der Zwischensaison fahren?

Es ist durchaus möglich, dass bei einem Ausbau des Sommergeschäfts auch in der Zwischensaison mehr gefahren werden kann. Allerdings muss es für die Bergbahnen betriebswirtschaftlich tragbar sein. Zudem müssen die Bahnen auch irgendwann revidiert werden.

In Zukunft muss im Winter mehr beschneit werden. Irgendwo sind dieser Entwicklung doch Grenzen gesetzt.

Der natürliche Schnee ist zweifelsohne günstiger als der technische Schnee. Das heisst, wir beschneien nur so viel, wie effektiv auch notwendig ist. Die anfallenden Kosten können die Bergbahnen alleine nicht mehr tragen. In Zukunft müssen sich alle daran beteiligen, die vom Schneesport profitieren und davon leben. dst

Aus der Region

Graubünden

Erster Mountainbike-Kongress in Chur

Am 19. und 20. September wird in Chur der erste Mountainbike-Fachkongress im Alpenraum stattfinden. Dieser dient Experten, Touristikern und Interessierten als Plattform, um sich über aktuelle Chancen und Herausforderungen des Mountainbike-Tourismus auszutauschen. Mehr als 100 Teilnehmer haben sich bereits registriert. Interessierte können sich noch anmelden. dst

www.ridekongress.ch

Ostschweiz

Bergbahnen Flumserberg mit mehr Umsatz



ZVG

Im Geschäftsjahr 2012/13 hat die Bergbahnen Flumserberg AG, eine Betriebsgesellschaft der Prockammabahn und Maschgenkammabahn, 27,3 Mio. Franken Umsatz erwirtschaftet. Dies sind 4 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Konzerngewinn sank von 617'000 auf 526'000 Franken. Dieser Rückgang wird mit höheren Personalkosten und einem gestiegenen Abschreibungsbedarf begründet. Im nächsten Winter werden eine Sechserseilbahn und ein Skilift neu in Betrieb genommen.

Ausbau der Haltestelle Schloss Laufen



ZVG

Der Zürcher Regierungsrat spricht sich für den Ausbau der bestehenden S-Bahn-Haltestelle Schloss Laufen am Rheinflaf aus. Der Ausbau sei notwendig, damit längere Züge halten können. Die Kosten betragen rund 4,5 Mio. Franken. Verbessert werden soll die Erschliessung des Schlosses durch Busse. dst

ANZEIGE

Fachtagung zum Thema «European Comeback»

Wie funktioniert der deutsche Reisemarkt? Was sind die globalen Reisetrends? Welche Chancen haben wir im Bereich Crossmarketing? Wie machen wir uns fit für unsere Reisegäste im europäischen Markt? Diese Fragen – und noch vieles mehr – stehen im Fokus des 4. Hotelmarketing-Tages vom 10. September im Hotel Schweizerhof in Bern. Auch das Networking kommt nicht zu kurz. Organisiert wird der Hotelmarketing-Tag von Schweiz Tourismus und hotelleriesuisse. dst

www.5Tnet.ch/hotelmarketingtag

Gemeinde möchte dem Hotel Le Vieux Manoir entgegenkommen

Merlacher Gemeinderat unterbreitet redimensioniertes Projekt für den Ausbau.

Das Hotel Le Vieux Manoir wird bekanntlich Ende Oktober geschlossen. Begründet wurde der Entscheid Ende Mai mit dem aktuellen Zonennutzungsplan, der notwendige Erweiterungen verunmöglicht. Nun scheint Bewegung in die Angelegenheit zu kommen. An einer ausserordentlichen Gemeindeversammlung genehmigten die Bürger von Meriez einen Nachtragskredit von 15'000 Franken für die Planung einer Umzonung, wie die «Freiburger Nachrichten» schreiben.

Den Hotelbesitzern Martin und Judith Müller-Opprecht sei nun ein redimensioniertes Projekt unterbreitet worden, wurde an der Versammlung erklärt. Dabei soll die Gebäudehöhe auf der Parzelle zwischen dem Chemin des Grèves und der Lausanne-Strasse reduziert und die Seeuferzone zwischen Hotel und See nicht verkleinert werden. Der Merlacher Gemeinderat wartet jetzt auf eine Antwort der Besitzer. Der Staatsrat soll schon im Besitz einer Antwort sein. dst

Victoria-Jungfrau Collection im ersten Semester in der Verlustzone

Mehr Übernachtungen führen bei tieferen Preisen nicht zu mehr Umsatz und Betriebsgewinn.

Auch im ersten Halbjahr 2013 habe die Victoria-Jungfrau Collection (VJC) «die dynamische Preisstrategie» weiterverfolgt, wie sie mitteilt. Dies habe zu einer Steigerung der Logiernächte um 7,6% auf 69'762 und zu einer Steigerung der Zimmerbelegungsrate von 45,3% auf 48,1% geführt. Der Umsatz nahm hingegen nur um 0,4% zu. Und sowohl der Bruttobetriebsleistung (GOI) als auch der EBITDA gingen um 2,3% beziehungsweise um 5,3% zurück. Der Reinverlust verringerte sich von 3,38 Mio.

Franken im Vorjahr auf 2,87 Mio. Franken im ersten Halbjahr 2013. Das Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken steigerte die Logiernächtezahlen dank mehr Gästen aus der Schweiz, den USA, den Golf-Staaten und aus asiatischen Ländern. Aufgrund des anhaltenden Drucks auf die Zimmerraten ging das GOI Beherbergung um 7,6% auf 4,4 Mio. Franken zurück. Auch im «Eden au Lac» in Zürich ging der durchschnittliche Zimmerpreis zurück, und zwar um 5,6%. dst

Ruepp & Partner ?!



Es ist beruhigend zu wissen, dass die Buchhaltung in guten Händen ist. Wir können uns auf das Tagesgeschäft konzentrieren.

Hans Berchtold
Berchtold Catering AG

Ruepp & Partner Dietikon AG
www.ruepp.ch

Einfach gut verkauft

200 Hoteliers und Marketingfachleute der Branche trafen sich am Dienstag in Regensdorf ZH zum dritten **Distribution Day**. Im Mittelpunkt der Tagung stand wie erwartet das Internet.

GERY NIEVERGELT

Jürg Schmid, Direktor von ST, sagte es in seinem Gastreferat kurz und bündig: «Marketing ist alles.» Folgerichtig ging es am dritten Distribution Day vor allem um die Themen Buchungsplattformen, Ratenparität und Optimierung der hoteleigenen Website. Wertvolle Tipps gab es etwa von **Philipp Ries** von Google, der

den zweihundert Tagungsteilnehmenden empfahl, auf der eigenen Seite die Buchungsmöglichkeit nicht zu verstecken, sondern mutiger ins Bild zu rücken. Ins gleiche Horn blies die Online-Fachfrau **Gabriele Bryant**. In ihrer Wahrnehmung sind viele Homepages von Hoteliers noch zu sehr repräsentativ und zu wenig verkaufsorientiert.

Mit der Kostenfrage setzte sich **Wilhelm K. Weber** von Veranstalter Swiss Hospitality Solutions auseinander. Seine These: Mit vorausschauender Planung und dem gezielten Einsatz von Personal lässt sich mehr einsparen, als man denkt.

Zum Höhepunkt der kurzweiligen Veranstaltung (mit abwechslungsreicher und «gluschtiger» Verpflegung von Mövenpick) geriet der Auftritt des begnadeten Kommunikators und Entertainers **Hermann Scherer**, der das Publikum mit seinem Plädoyer für den Auf- und Tabubuch in den Bann zog.



Aufmerksames Publikum am Distribution Day im Zentrum Regensdorf.



Veranstalter **Oliver Stoldt** mit **Nadia Renner**, Griva Plan Grindelwald.



Keynote Speaker mit Ausstrahlung: der deutsche «Querdenker» und Autor **Hermann Scherer**.

Fotos: Armin Graessl



Bestens gelaunt: **Beat Anthamatten**, Ferienart Saas Fee; **Esther Dysli**, CEO Private Selection Hotels.



Geschäftspartner: Gastgeber **Norbert Fontana**, Mövenpick Regensdorf; **Walter Berger**, Rebag Data.



Hotelier-Trio: **Christian Dangel**, GM Bellerive au Lac Zürich; **Isabelle Schiegg**, Gastgeberin Hotel du Théâtre Zürich; **Martin von Moos**, Gastgeber Hotel Belvoir Rüschlikon.

Mirus: 20 Jahre im Dienste der Hotellerie



Mirus-Gründerväter und Gastgeber (v.l.): **Kurt Imhof**, Direktor SHL; **Oliver Hunziker**, Leiter Entwicklung bei Mirus; **Paul Petzold**, Geschäftsführer Mirus; **Alain Brunier**, Hotelfachschule Genf.



Mirus-Kunden: Hoteliers **Lydia und Martin Vogel**, ehemals Märchenhotel Braunwald; Bruder **Peter Vogel**, Hotel Royal Zürich, mit Partnerin **Doris Ingrassi**.

Bilder: Sibylle Müller

Der Davoser **Software-Anbieter Mirus** feierte am vergangenen Freitag in der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern sein 20-Jahre-Jubiläum. Zu den Gratulanten zählten viele Hoteliers.

Es war sein Abend, und er genoss ihn sichtlich: Paul Petzold, ehemals Hotelier und zusammen mit Geschäftspartner Oliver Hunziker Gründer von Mirus, feierte das 20-Jahre-Jubiläum seiner Software-Firma mit der souveränen Gelassenheit eines erfolgreichen Unternehmers, der sich nichts mehr beweisen muss. Davon zeug-

te auch die grosse Zahl der anwesenden zufriedenen Kunden, darunter viele Hoteliers aus allen Landesteilen, die mit den speziell für die Branche entwickelten Systemen von Mirus arbeiten.

Gefeiert wurde am vergangenen Freitag in den Räumen und auf den Terrassen der Schweizerischen Hotelfachschule in Luzern, doch im Grunde war es ein Bündner (Heimweh-)Abend. Ob Moderator (der schlagfertige Sportmoderator Jann Billeter), Prominente wie der Wasserbotschafter Ernst Bromels, die Musiker oder der ausgeschenkte Wein: Das Bündnerland war allgegenwärtig – und das mit Grund: Mirus hat seinen Sitz in Davos. gn

Sesselrücken

Führungsduo im Hotel Kronenhof Pontresina

Tina Lepperhoff (Bild) unterstützt im Grand Hotel Kronenhof Pontresina ab sofort Direktor **Marc Eichenberger** in der Füh-



ZVG

rung des 5-Sterne-Hauses. Die 39-Jährige gehört bereits seit rund zehn Jahren zunächst als Front-Office- und anschliessend als Rooms-Division-Managerin zum Team des Grand Hotel Kronenhof im Engadin. Marc Eichenberger hatte die Leitung des «Kronenhof» vor einem halben Jahr vom Direktionssepaar **Jenny und Heinz E. Hunkeler** (Kulm Hotel in St. Moritz) übernommen.

Vom KKL Luzern ins «Kaufleuten» in Zürich

Der neue Geschäftsleiter der Event-Location Kaufleuten in Zürich heisst **Dominik Isler** (Bild). Der 40-jährige Isler wechselt per



ZVG

Ende Jahr vom KKL Luzern, wo er während sieben Jahren als Leiter Operations/COO wirkte, in die Limmatstadt. Im «Kaufleuten» will er das Geschäft zusammen mit dem Inhaber **Fredi Müller** führen. Der Winterthurer Dominik Isler löst das Triumvirat **Patrik Gertschen, Mark Röthlin und Marc Brechbühl** ab, die das «Kaufleuten» während vielen Jahren führten.

Projektleiterin für das «Alexander» in Davos-Platz

Für die Neukonzeption und Gesamtrenovierung des 4-Sterne-Hotels Alexander & Resort in Davos-Platz zeichnet ab 1. Dezember



ZVG

Dagmar Weber als Projektleiterin verantwortlich. Die 47-jährige diplomierte Hotelfachfrau ist seit dem Jahr 2000 in leitender Position in der Davoser Hotellerie tätig und engagiert sich im Vorstand der Davoser Sektion von hotelleriesuisse. Das bis im Frühjahr 2014 renovierte Hotel Alexander wird über 80 Zimmer, sieben Appartements und über ein Wellness & Spa Center verfügen.

Hotel «Hirschen» Wildhaus geht an die 6. Generation

Generationswechsel im Hotel Hirschen in Wildhaus: **Simone Walt** übernimmt die Leitung des



ZVG

Traditionshotels von ihrer Mutter **Susanne Walt**. Der Toggenburger Hotel- und Gastronomiebetrieb befindet sich seit über 140 Jahren im selben Familienbesitz. Die junge, diplomierte Hotelmanagerin HF will «Altbewährtes mit Neuem bereichern», wie sie an der Übergabefeier verriet. Ihre Mutter steht ihr als Verwaltungsratspräsidentin beratend und unterstützend zur Seite. ste

Grand-Prix-Stimmung am 9. Aroser ClassicCar Bergrennen

Mit über 10 000 Zuschauern am letzten Samstag verzeichneten die Organisatoren einen Besucher-Rekord.



Speed-Feeling für einmal aus anderer Warte: Ex-Skirennfahrer **Didier Cuche** mit **Nicole Hemmi**, Arosa Tourismus.

ZVG

Die 9. «Arosa ClassicCar», das traditionelle Bergrennen von Langwies nach Arosa (76 Kurven), bot auch dieses Jahr viel Spektakel und faszinierende Bilder von fein herausgeputzten Oldtimer-Fahrzeugen und schnittigen Rennautos. Am Ran-

de des Renngeschehens anzutreffen waren u.a. **Christian Menet**, Präsident von Arosa Tourismus, Tourismusdirektor **Pascal Jenny**, Komiker **Rolf Schmid**, Moderatorin **Claudia Lässer** und OK-Präsident **Koni Strittmatter**. ste

La face glacée de la pétcha

Un chef moderne pour un premier Festin neuchâtelois avide de traditions. Jean-Yves Drevet en sourit et évoque son profond respect du terroir et ses fantaisies.

ALEXANDRE CALDARA

Jean-Yves Drevet aime dynamiser en douceur la cuisine traditionnelle. Il proposera dimanche sa version du Festin neuchâtelois. Une manifestation qui aimerait réhabiliter des recettes authentiques. Étonnant non? «Les plats au menu général du Festin ne reflètent pas tout à fait mon style de cuisine, mais nous partageons une même idée de défense des produits et de leur goût. Je reste libre dans l'assaisonnement et j'ai rajouté certains plats au menu de base», ajoute malicieusement Jean-Yves Drevet qui fut promu Gaut Millau 2009 et affiche 17 points.

Déjà lors de sa participation au festin du Millénaire, il avait insufflé une dose de modernité. Ce 8 septembre, pour la première édition de cette manifestation qui voudrait devenir pérenne, il proposera la pétcha. Un plat antique du canton, mais en deux versions, avec rigoureusement les mêmes éléments: laitue braisée, saucisson et pommes de terre. Face A: «Servie en plat rustique et roborative». Face B: «Glacée dans un verre, comme une coupe Dane-mark, avec la moutarde chaude à côté». Quant à l'étape fromage, il ne pouvait pas oublier sa petite fondue connue loin à la ronde. «Je trouve le goût de ce plat si

intéressant, mais je le fais ressembler par sa texture et sa température à de la chantilly.»

Le papet vaudois revisité et la petite fondue deviennent des incontournables des cartes de la Maison du Prussien, depuis sept ans: «Ces plats appellent la critique, certains refusent de les goûter. On ne pourra pas aller aussi loin dimanche, mais on s'amuse même à créer une sphère translucide de kirsch qui explose dans la bouche, on recrée la religieuse et les croustons symbolisent le pain.»

Pour son ajout du premier service, il travaillera avec un produit qui sort de si peu des frontières cantonales; le cochon laineux de Vaumarcus (VD), mais produit par des Neuchâtelois d'origine espagnole: les frères Alcala. «J'ai travaillé avec eux avant même la commercialisation de leurs produits. Ils ne font pas que du jambon, je vais proposer une déclinaison de cochonnaille, avec leur chorizo fondant, un filet froid mi-fumé, une terrine et un pâté de tête.»

Le saucisson du deuxième service se trouvera en compagnie d'un brochet fourré de foie gras et sa sauce au pinot noir. «Je tenais à cuisiner un poisson du lac, je le propose désossé, avec une approche moderne, une cuisson à basse température et une touche de noblesse. Pour le plat, il semble faire comme tous les autres chefs, avec une pièce d'agneau au serpolet. Mais... «Je vais travailler un extraordinaire agneau bio des Ponts-de-Martel. Une selle désossée rosée, une épaule dé-



Déclinaison de légumes et chorizo de Vaumarcus.



Jean-Yves Drevet, chef de la Maison du Prussien, à Neuchâtel aime les risques.

photos ldd

sossée, confite une nuit, farcie aux olives et aux tomates séchées.»

Au-delà des plats, il tient à la convivialité que peut proposer ce Festin: «Nous ferons des grandes tables avec ceux qui réservent toutes les tables de deux autour d'une très grande table, avec les plats posés dessus.» Pendant ce temps-là, les Baladins chanteront et réciteront de la poésie. Et la notion d'abondance sera centrale, le menu à 179 francs, comprend toutes les boissons, même les digestifs, à discrétion. Notons que d'autres établissements proposent des formules dès 80 francs.

Cet Auvergnat vit et travaille depuis plus de vingt ans, dans le canton de Neuchâtel. Il y apprécie la proximité du lac, des vignes et la grande variété de produits de plaine et de basse montagne. Sur

cinq viandes à sa carte d'été, trois viennent du canton. Le maraîcher du Val-de-Ruz Marc Chalandes lui livre une grande partie de ses légumes. Pour lui, le végétal fait partie du plat au même titre que les autres aliments, il référence tous les produits du temps d'une carte, avant de lancer une réflexion globale et cela donne ce genre d'énoncé: «D'un sandre du lac de Neuchâtel pêché à la ligne et grillé sur la peau, concombre cuit aux grains de café, poivron passé à la flamme, jus balsamique au cacao.»

Ses premiers émois gustatifs, il les doit à sa grand-mère maternelle: «Cuisiner était le truc central de sa vie, tous les week-end elle accueillait 15 personnes à la ferme. Elle élevait un canard six mois à l'avance en prévision d'un plat. Et si quelqu'un passait et elle n'avait pas une tarte ou une brioche à offrir, elle en aurait

versé une larme.» Au chapitre chef, il cite Bocuse «parce qu'il donnait presque envie de devenir une star» et Ferran Adrià «il a montré à tout le monde que l'on peut faire ce que l'on veut.»

Goûts du canton Des marchés et une torrée

Dans tous les districts.

Dimanche quatre marchés de produits du terroir ouvriront leurs stands, dès 10 heures et proposeront une torrée neuchâteloise. Puis de nombreux restaurants et des lieux publics, comme l'emblématique commune libre du Neubourg proposeront le festin avec au moins 12 plats et 4 services.

www.festin-neuchatelais.ch

En bref

Suisse

Milestone: nombre record de projets romands

L'édition 2013 du Milestone. Prix du tourisme suisse réunit 90 projets, dont 12 dans la catégorie Prix de la relève, 9 dans la catégorie Prix de l'environnement et 69 dans la catégorie Projet remarquable. Le nombre de projets romands participants bat un record avec 20 projets. Le Tessin en présente 6. Le nom des 20 projets nominés sera dévoilé dans notre édition du 3 octobre. La remise des prix aura lieu le 12 novembre au Kursaal de Berne. lb

www.htr-milestone.ch

Fribourg

Festycharme va vers le cirque et l'humour



ldd

La deuxième édition de Festycharme, mise sur pied par Charney Tourisme, ne jouera pas que dans le registre du jazz et du boogie. Elle s'ouvre aussi au one man show, au cirque et au brass band, le tout sous un grand chapiteau. Le programme gratuit se déroulera aussi dans différents hôtels: Cailler, de l'Etoile et Le Sapin. La jeunesse ne sera pas oubliée. aca

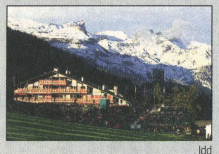
www.festycharme.ch

Un nouveau projet pour l'avenir du Vieux-Manoir

Le Vieux-Manoir à Morat, qui doit fermer ses portes dès le 27 octobre, pourrait survivre. Lors d'une assemblée communale extraordinaire, les citoyens ont accepté un crédit de 15 000 francs qui permettrait de changer les zones d'affectation, et indirectement, aux projets d'agrandissement du Vieux-Manoir de voir le jour, annoncent les «Freiburger Nachrichten». La commune a présenté un nouveau «projet redimensionné» aux propriétaires.

Valais

La Mecque du golf investit dans son parcours



ldd

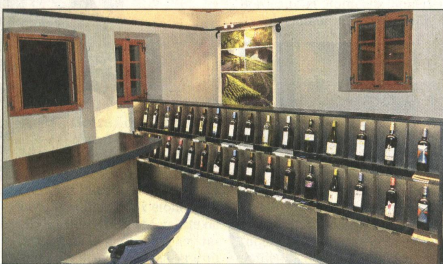
La 79e édition de l'Omega European Masters à Crans-Montana s'ouvre aujourd'hui avec un parcours retravaillé. Les organisateurs et les communes ont investi 3 millions de francs dans la modification de quatre trous et la tribune naturelle pouvant accueillir 3000 personnes. Les 156 joueurs se disputeront un prize money augmenté à 2,2 millions d'euro. Le budget de la manifestation s'élève à 11 millions de francs et attire plus de 50 000 personnes sur 4 jours à Crans-Montana. lb

Un temple pour les Cornalins

Totalement rénové, le Château de Vaas devient la «Maison des Cornalins». L'espace de dégustation et d'exposition se présente comme un nouvel atout touristique pour la région de Crans-Montana.

LAETITIA BONGARD

Le Cornalin, l'un des plus anciens cépages rouges du Valais, entre au musée. Un espace d'exposition, complété d'un espace de dégustation, lui est entièrement consacré: ses 700 ans d'histoire, sa redécouverte au début du 20e siècle, ses spécificités génétiques, la recherche scientifique qui lui est asso-



Une vitrine pour les vignerons-encaveurs de Flanthey.

ldd

ciée. La «Maison des Cornalins» a été inaugurée la semaine dernière, dévoilant au public la mue du bâtiment historique qui l'abrite: le

Château de Vaas, dans les environs de Crans-Montana. Le projet porté depuis cinq ans pour un coût de 1,8 million de francs per-

met d'atteindre un double objectif: redonner vie à cette bâtisse datant du 13e siècle et offrir une vitrine privilégiée aux 15 encaveurs-vignerons de Flanthey.

«Nous voulions créer une plateforme centrale qui permette de présenter notre vignoble, trop souvent méconnu», explique Pierre-Paul Nanchen, président de l'association «Château de Vaas» à l'origine du projet. Pour l'ancien conseiller communal, ce projet complète l'expérience offerte par le Musée valaisan de la vigne et du vin, sans le concurrencer; il étoffe l'offre lacunaire en termes de tourisme doux à Crans-Montana. «La visite du village, du vignoble et de la Maison des cornalins rejoindra le programme des activités proposées par Crans-Montana Tourisme»,

annonce-t-il. Par la suite, des packages pourraient être créés. «Crans-Montana attire certes une clientèle parfois très fortunée, qui n'en demeure pas moins intéressée par notre terroir et des valeurs authentiques.» Des animations et des ateliers seront organisés dans le caveau-dégustation. Quant à l'exposition, qui a bénéficié des connaissances du professeur et expert de la vigne et du vin Antoine Bailly, elle est en route et devrait être terminée en 2014. L'association recherche encore 200 000 francs nécessaires à sa réalisation. «Notre concept se veut interactif, didactique pour intéresser le plus grand nombre.»

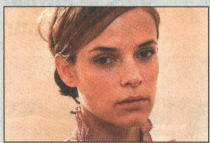
Le public pourra se familiariser avec ce nouveau lieu à l'occasion d'une nouvelle édition du «Temps du Cornalin», le 14 septembre.

En bref

International

Un 27 septembre
au Mexique et
au Burkina Faso

Les nouveaux hôtes officiels de la Journée mondiale du tourisme de 2014 et 2015 sont connus. Il s'agit du Mexique et du Burkina Faso. Avec comme thèmes respectifs: «le tourisme et le développement des communautés» en 2014 et «un milliard de touristes, un milliard d'opportunités» pour 2015. L'annonce a été faite lors de la vingtième assemblée générale de l'OMT, aux chutes Victoria, le 29 août. Le 27 septembre prochain la Journée 2013 se déroulera aux Maldives.

Une école
d'hôtellerie se
mêle d'art

Pour la première année Vatel s'associe à la Biennale Internationale d'art contemporain de Lyon qui se déroulera à Lyon du 12 septembre au 5 janvier 2014, dans cinq lieux stratégiques de la ville. «Qu'il soit pictural, floral, figuratif, nouveau déco, contemporain. L'art est présent dans l'hôtellerie sous toutes ses formes et sous ses styles», déclare Alain Sebban, président-fondateur de Vatel. Pour lui cette collaboration développera l'ouverture d'esprit des étudiants.

Offre originale:
un petit déjeuner
à un franc

Le groupe franco-suisse Hôtel et résidences Diana lance une offre «petit déjeuner pour 1 franc suisse ou un 1 euro». Cette offre est disponible uniquement pour les personnes recevant la newsletter du groupe. Elle est valable du 30 août au 30 septembre, à l'Hôtel D de Bâle, ainsi que dans les six établissements alsaciens du groupe. Cette offre se nomme «Good Morning», son logo se présente avec des lettres en grains de café et deux tasses. Le groupe ouvrira The Passage son nouvel établissement, à Bâle, au premier trimestre 2014.



La messe allemande de Schubert fait partie des rendez-vous incontournables de la Schubertiade. Ici, lors de l'édition 2011 à Porrentruy.

RTS/Vincennes Cédric

Schubert attire la foule

Monthey accueillera en fin de semaine la Schubertiade d'Espace 2. L'occasion pour la cité valaisanne de concrétiser et de faire connaître ses ambitions culturelles.

MIROSLAW HALABA

Certaines villes veulent recevoir une étape du Tour de Suisse ou du Tour de Romandie, d'autres encore veulent être désignées Ville du Goût. A Monthey, c'est la Schubertiade d'Espace 2 qui a mobilisé les énergies. Avec succès, puisque la grande cité du chablais valaisan accueillera samedi et dimanche la 18^e édition de ce rendez-vous réputé consacré à Schubert et à la musique classique. Au programme: 180 concerts de 45 minutes dans 20 lieux, dont certains très originaux comme un chanton ou une usine, et la participation de 1700 musiciens, jeunes pour la plupart. La

fête se veut populaire, les prix d'entrée aussi: un bracelet journalier à 30 francs et 50 francs pour le week-end.

Une manifestation bonne
pour l'image du lieu

«Les gens ont été vite convaincus de participer au projet et nous avons pu compter sur le concours de personnes de grande qualité», indique Fabien Girard, conseiller municipal,

responsable de Monthey Tourisme, président du comité d'organisation et musicien. Il ne cache pas que la mise sur pied de cette manifestation a été un «travail de fou». Mais cet effort devait profiter à Monthey, à son tourisme et à son image. «Il y a deux ans, à Porrentruy, le public était venu des quatre coins de la Suisse et nous espérons qu'il en sera de même à Monthey», note Carine Séchaud, responsable des relations médias de la RTS. Elle ajoute: «La Schubertiade génère de bonnes retombées économiques. Elle crée une bonne émulation en fédérant tout le monde autour d'un événement de bonne facture.»

Fabien Girard se réjouit de l'impact médiatique dont profitera sa cité. «La radio et la télévision constituent un puissant outil de communication.» Outre Espace 2 et la Première qui assureront plus de 30 heures de diffusion en

direct, la manifestation trouvera un écho sur Rete Due et Radio SRF 2 Kultur. Plusieurs milliers de personnes sont attendues à Monthey. Difficile

Fabien Girard
resp. Monthey Tourisme

de dire le nombre exact: Fabien Girard l'estime entre 15 000 et 20 000 personnes. Lors de l'édition 2011, 6 000 bracelets donnant accès aux concerts



Fabien Girard

avaient été vendus. La Messe allemande qui sera interprétée dimanche sur la place de l'Hôtel de Ville sera gratuite.

Des retombées surtout pour
les restaurateurs

Les deux hôtels de Monthey et ceux de la région, dans le Val d'Ille et jusqu'à Martigny, enregistreront quelques nuitées, mais ce sont surtout les restaurateurs qui devraient en profiter. «24 restaurateurs sur la cinquantaine que nous avons approchés proposeront un menu spécial qui sera servi entre 11 et 22 heures.»

Ville au passé industriel, forte de 17 000 habitants, Monthey en-

tend se profiler sur le plan culturel. L'accueil de la Schubertiade concrétise cette politique lancée il y a trois ans. Les concerts de ce week-end feront vibrer une fibre musicale qui s'exprime déjà chaque année avec la Fête de la musique et ses 80 concerts gratuits de styles variés. Le Théâtre de Crochetan et sa galerie de photos, la salle de musique du Pont Rouge, la Médiathèque ou encore l'association théâtrale de La Barette sont autant d'acteurs sur lesquels Monthey compte pour se faire connaître. «Nous cherchons à proposer une offre culturelle permanente», indique encore Fabien Girard.

De Martigny à Neuchâtel: l'intérêt
d'une manifestation itinérante

Les villes qui, comme Monthey, ont choisi d'accueillir la Schubertiade d'Espace 2 ne l'ont pas regretté. Ainsi, à Martigny, où la manifestation s'est arrêtée en 2003: «Ce fut une excellente expérience. L'événement avait apporté une extraordinaire animation», indique Georges Saudan, le directeur touristique de l'époque. Même son de cloche à

Neuchâtel. «Le bilan s'était révélé très positif», relève Corinne Stehlin, de Tourisme neuchâtelois.

L'édition 2005, qui avait été gratifiée d'une magnifique météo, avait incité la ville à créer la «cellule manifestation», une entité qui répond désormais aux demandes des organisateurs d'événements comme Fest'neuch.

stars&hotels
Swiss Hotel Film Award

CHOOSE YOUR FAVOURITE FILM...

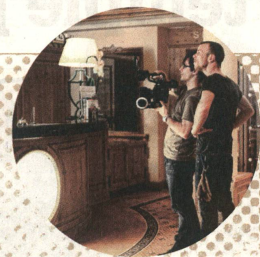
INTERNET VOTING
FROM AUGUST 15, 2013
until SEPTEMBER 18, 2013
WWW.SWISSHOTELFILMAWARD.CH

MEDIA PARTNER

htr hotel revue

PRESENTED BY

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Vote now!

Le domaine d'Isenau menacé, les Diablerets ont dû réinventer leur avenir. Des solutions guidées par l'écologie, des remontées mécaniques à une enclave hôtelière verte.

LAETITIA BONGARD

La révolution verte est en marche dans les Alpes vaudoises. Suivant les traces de Leysin – cité de l'énergie – et Villars-sur-Ollon labellisé «Eco partenaire» (lire encadré), les Diablerets ambitionnent de devenir énergétiquement neutre en 2025, y compris les trains et les remontées mécaniques. Un argument décisif pour se positionner comme «une station de montagne internationalement reconnue pour son engagement en faveur d'un tourisme alpin durable», une option de choix visant à offrir un nouveau souffle à la station.

La menace planant sur le domaine d'Isenau a eu l'effet d'un électrochoc. Il faut dire que l'économie des Diablerets en dépend largement. Une situation d'urgence, couplée à une réflexion cantonale globale – le projet Alpes vaudoises 2020 – qui a poussé la station à se réinventer, à trouver une nouvelle légitimité. Elle a choisi l'issue du développement durable, avec son projet «Diablerets verts». «Il s'agit d'un modèle de refonte en profondeur de la société, qui passe par un changement d'état d'esprit. Il touche aux transports, à l'énergie, à l'éducation, au tourisme. Le but étant de déboucher sur une croissance verte», explique le municipal Jean-Marie Schlaubitz, en charge du projet.

Une source pour chauffer les bains et un hôtel écologique à Isenau

Au niveau touristique, deux projets contribueraient à redynamiser l'offre de la station. A commencer par le centre thermal du groupe romand Boas, complété d'un hôtel 4 étoiles de 60 à 80 chambres. Déjà, bien avancée dans la mise en place d'une stratégie énergétique efficace, la commune pense pouvoir bénéficier d'une source chaude à proximité de l'emplacement des futurs bains. La convention a déjà été signée entre les deux partenaires; Jean-Marie Schlaubitz espère que



Les Diablerets se sont fixé comme objectif de devenir énergétiquement neutres en 2025.

Diablerement verts

le complexe pourra voir le jour en 2018.

Le deuxième projet, encore au stade d'idée, serait à même de promouvoir le tourisme quatre saisons: il s'agit de la création d'une «enclave hôtelière verte» à Isenau, à 1760 mètres d'altitude à l'emplacement de l'actuel restaurant.

«Cette enclave est un moyen de justifier le remplacement de la télécabine, note Jean-Marie Schlaubitz. Nous l'imaginons avec un nouvel hôtel conçu selon les standards du développement durable, un lieu propice au tourisme spirituel – un segment que nous voulons également développer.» Ces deux projets hôteliers contri-

bueraient à consoler la station qui a perdu plusieurs hôtels ces dernières années – dont le Grand Hôtel, un établissement historique 4 étoiles qui a été transformé en résidences secondaires. Notons que la station peut accueillir jusqu'à 10 000 personnes en haute saison, mais dispose de moins de 250 chambres d'hôtels.

Le volet touristique du concept «Diablerets verts» s'efforce de valoriser du patrimoine existant, de l'agriculture aux réserves naturelles.

La création de sentiers didactiques autour des pâturages communaux en fait notamment partie. Au chapitre transports, la volonté d'améliorer la

cadence et le temps de déplacement de la plaine à la montagne, de se munir de véhicules électriques.

Bénéficier des contacts d'autrui lors de la conférence eco.villages

Emblématique de cette réflexion en profondeur, la station a accueilli la semaine dernière la deuxième édition du forum eco.villages. Une journée d'échanges d'expériences autour du développement durable, des podiums de discussions visant à rétablir le dialogue entre la ville et la montagne. «Poser une réflexion globale pour donner une impulsion locale», résume Corinne Feuz, cheffe de projet pour eco.villages. Une conférence faisant des Diablerets une sorte de laboratoire, leur offrant un carnet d'adresses au niveau national et international pour parvenir à ses objectifs. Une conférence qui a le mérite aussi d'associer les Diablerets à une destination verte. La révolution est en marche.

Un hôtelier et l'Office du tourisme l'origine du label «eco» de Villars

A Villars, la démarche en faveur du développement durable a vu le jour grâce au rapprochement entre un hôtelier, Sébastien Angelini, co-directeur de l'Hôtel du Golf & Spa (4 étoiles) et l'Office du tourisme. Un programme de développement durable qui a débouché sur la création d'une table verte en 2009 puis d'un label autoproclamé «eco-partenaire». «Elle réunit autant les prestataires de la région que ses fournisseurs, nous comptons à ce jour 13 membres labellisés», explique l'hôtelier. Parmi eux, l'Office du tourisme, la commune, quatre hôtels, quatre écoles, une crèche et des entreprises.

Ce label gratuit se veut évolutif. Chaque année, l'acteur labellisé doit ajouter deux nouvelles mesures à son catalogue de prestations, des mesures envi-

ronnementales, sociales aussi. En phase d'atteindre sa maturité, la station envisage maintenant de renforcer ses efforts marketing autour de son engagement vert.

Une visibilité qui devrait bénéficier aux Diablerets. Dans le cadre de la future fusion avec Villars et Gryon souhaitée par le canton (axe 1), la station pourra bénéficier du label mis en place, de son réseau et sa notoriété. L'inverse est aussi vrai: «L'impulsion donnée par la commune d'Ormont-Dessus pour Villars, notamment au niveau de l'économie d'énergie, doit nous servir d'exemple», estime Sébastien Angelini.

Un échange de bons procédés pour tendre à un objectif économique et écologique commun. Pour l'hôtelier, «un rapprochement prometteur». lb



«C'est un modèle de refonte en profondeur de la société, un nouvel état d'esprit.»

Jean-Marie Schlaubitz
resp. du projet «Diablerets Verts»

Les gens

Le Comptoir Suisse se sépare de son directeur

Christophe Leyvraz, directeur du Comptoir Suisse depuis deux ans et seul membre romand de la direction MCH Beaulieu SA, quitte



ltd

son poste. L'annonce est tombée à deux semaines du début de la 94e édition, qui se déroulera du 13 au 22 septembre. Il évoque au quotidien «24 heures» «de profondes divergences d'opinions en matière de management d'entreprise». **René Zürcher** (photo), responsable Foires et salons au sein de la direction, a été désigné pour le remplacer durant la manifestation. Il avait déjà repris la direction opérationnelle du Comptoir en juin.

Retour à la vigne après 20 ans au Terminus



ltd

Laurent Gofre, directeur de la restauration au Terminus de Sierre, quittera ce lieu en décembre après vingt années passées aux côtés du chef **Didier de Courten** (19 Gault Millau, deux étoiles Michelin). Le Français, spécialiste de la restauration et sommelier, reviendra aux activités de la vigne où il puise ses racines familiales, relate «Le Nouvelliste». Il rejoindra la cave de Bernunes pour se charger de la commercialisation des vins de **Nicolas Zufferey**. Durant sa carrière, Laurent Gofre a officié auprès de chefs tels que **Gérard Rabaey** et **Bernard Ravet**. lb

Les nouvelles figures des Bordeaux

Hervé Grandea devient le nouveau président du syndicat des Bordeaux et Bordeaux Supérieur. Ce viticulteur et producteur du

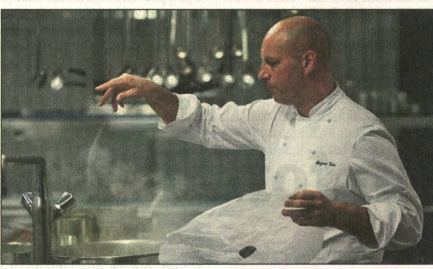


ltd

Château Laduc (sur la rive droite, à Tresses) était déjà secrétaire général de ce syndicat et présidait l'organisme d'inspection Qualité Bordeaux depuis 2008. Il a repris en 1994 la commercialisation des vins du domaine familial, afin d'accroître sa notoriété et son réseau de distribution. Son frère Régis prend soin de la vinification. Il vient de nommer une vice-présidente: **Véronique Barthe**, viticultrice au Château La Freynelle.

Breton de Neuchâtel: il vole

Eric Mazéas, chef exécutif de l'Hôtel Beau-Rivage, concocte les repas supérieurs de Swiss. Une offre proposée jusqu'en novembre.



Eric Mazéas dans sa cuisine du Beau-Rivage, Neuchâtel.

ltd

L'ensemble du canton de Neuchâtel profitera de la participation d'Eric Mazéas, chef de cuisine de l'Hôtel Beau-Rivage, à l'action Swiss Taste of Switzerland. De septembre à octobre, les passagers long-courrier de Business et First Class découvriront la sélection de menus de la brigade du restaurant O'terroirs. Un spot promotionnel en anglais de 35 secondes a été réalisé. On y voit les gestes de l'horloger, les forces de la microtechnique, le mouvement du golfeur et les rives du lac où les plus perspicaces découvriront des sites archéologiques lacustres. Une vidéo peu portée sur les aspects culturels, même la musique n'appartient pas à un groupe régional. La promotion

économique du canton de Neuchâtel estime qu'il pourrait être visionné 810 000 fois.

Ce Français, chef exécutif de l'hôtel depuis trois ans, mettra en avant les produits du terroir neuchâtelois, suisse ainsi que ceux de sa Bretagne natale. Ce chef gratifié de 15 points au Gault Millau met aussi en avant son équipe multiculturelle. Auparavant, il a notamment été pendant sept

ans, le chef de cuisine au restaurant Rosalp de l'emblématique Roland Pierrroz.

Membre de Relais & Châteaux, l'Hôtel Beau-Rivage peut s'enorgueillir de sa situation au bord du plus grand lac entièrement suisse et de sa proximité avec le centre historique de la ville. Ce cinq étoiles a été construit en 1862, Thomas Maechler le dirige avec élégance. aca



La station de Champéry sait innover notamment en matière de VTT et travaille sur un domaine franco-suisse: les Portes du Soleil.

La formation continue brise les barrières

La HES-SO Valais et l'IUKB de Sion s'allient à deux autres écoles. Afin de donner naissance au premier MBA franco-suisse en innovation touristique, dès la rentrée académique.

ALEXANDRE CALDARA

Nouveauté en termes de formation continue: quatre écoles lancent le premier «executive MBA» franco-suisse et francophone en innovation touristique. Une offre que vont proposer dès octobre, l'Institut de tourisme de la HES-SO Valais; l'Institut universitaire Kurt Bösch (IUKB) en Suisse; l'Institut d'Administration des Entreprises Savoie Mont-Blanc et Sciences Po Grenoble, en France. Quatre institutions pour la création d'un pôle

majeur du tourisme alpin. Cette formation verra le jour dès octobre, pour la rentrée académique. Elle est soutenue par le programme de coopération territoriale européenne France-Suisse Interreg IV 2007-2013.

Sa principale mission sera de donner aux cadres du tourisme ou à des personnes d'autres secteurs en reconversion des connaissances pratiques et théoriques pour affronter les futurs défis du tourisme et les enjeux liés à l'innovation qui seront globaux. «Nous pourri-

ons accueillir 10 à 15 élèves dès la première année», estime Roland Schegg de l'Institut de Tourisme de la HES-SO Valais. Préalablement, une enquête qualitative et quantitative transfrontalière auprès des recruteurs a montré l'importance de la notion d'innovation. «Pour faire face à des coûts élevés les stations alpines suisses doivent sans cesse renouveler leurs offres.»

La formation sera regroupée autour de quatre pôles: «C'est un gros avantage de pouvoir mutualiser les moyens des quatre struc-



«C'est un gros avantage de mutualiser les moyens de quatre structures.»

Christophe Clivaz
Professeur à l'IUKB

res», estime Christophe Clivaz, professeur à l'IUKB. Il estime aussi «que la France a une plus grosse habitude de la formation continue dans le domaine du tourisme que la Suisse, réglementée de façon pointue et avec des budgets importants».

Sous la responsabilité du professeur Louis Job à Grenoble, les cours s'articuleront autour de l'environnement touristique (micro et macro économie) et de sa dynamique d'innovation «avec des aspects légaux et juridiques». A Sierre, Roland

Schegg se consacrera au e-tourisme et aux nouvelles technologies. L'Université de Savoie à travers Isabelle Prochot évoquera les spécificités du marketing du tourisme et la prise en compte du marketing du consommateur. A Sion, Christophe Clivaz mettra en évidence les bonnes pratiques du tourisme durable.

«Ce large bassin d'étudiants permettra un bon réseautage»

«Dans chaque module nous prévoyons aussi des interventions d'enseignants des autres écoles partenaires et nous intégrerons des interventions de décideurs touristiques et des études de cas. Nous ne détenons pas la science infuse, leurs travaux sur le terrain et leurs connaissances de la clientèle les aideront. Le réseautage que permettra ce large bassin d'étudiants sera important», ex-

plique Roland Schegg. D'ailleurs le projet veut aussi se décliner à travers un site internet, des séminaires et des colloques. Les prochains rendez-vous sont le Séminaire franco-suisse des offices de tourisme à Megève, le 25 novembre et le Tourisme Professional Meeting, à Sierre, le 6 décembre. Quels sont les exemples qui réussissent en France, dont les Suisses pourraient s'inspirer? Roland Schegg évoque la participation de la Compagnie des Alpes (spécialisée dans les domaines skiables et les parcs d'attractions) au développement des infrastructures de JO de Sochi, en 2014. «Cela démontre que leur savoir-faire, en terme d'aménagements et de gestion de la montagne, est apprécié au niveau international.»

La Suisse pourrait profiter de produits déjà calibrés en France

Par son enseignement, Christophe Clivaz aimerait bien aller au-delà du verdissement des outils marketings. Pour lui la Suisse pourrait profiter de l'expérience française de produits calibrés «dans le domaine du développement durable, des filières d'agritourisme ou du sport de pleine nature».

Roland Schegg note qu'il existe déjà une licence en tourisme entre la France et la Suisse depuis 2006. Pour Christophe Clivaz, cette nouvelle formation est un pas de plus dans la progression générale des formations. «Alors qu'il y a 5 ans la formation la plus élevée dans le domaine du tourisme était celle de gestionnaire en tourisme ES, il existe aujourd'hui un bachelier en tourisme (HES), un master interdisciplinaire en études du tourisme (IUKB) ainsi qu'un doctorat en études du tourisme (IUKB - Uni Lausanne).» Une réponse à la montée en gamme des défis et à l'évolution rapide des professions. Christophe Clivaz affirme, «le tourisme n'est pas une bulle, il doit contribuer au développement durable du territoire où il s'ancre.»

**Calendrier
Douze modules et un travail de master**

Description du MBA. Cette formation de 60 crédits ECTS (European Credit Transfer System) est composée de 12 modules ainsi que d'un travail final de master. Les modules se déroulent alternativement en France et en Suisse sur une durée de quatre jours par module. Pour rendre la formation possible aux professionnels, le cycle de formation s'étale sur 20 mois, avec trois modules répartis en inter-saisons touristiques. Il sera également possible de ne suivre qu'une partie des modules et en Suisse obtenir un CAS de douze crédits. aca

Un forfait pour tous les domaines du Valais

Le tourisme valaisan pourra compter sur un nouveau produit pour la saison d'hiver 2013/2014: un forfait autorisant l'accès à l'ensemble du domaine skiable du canton.

LAETITIA BONGARD

Toutes les stations ont donné leur accord, preuve que l'intention de l'Association des remontées mécaniques du Valais (RMV) répond à un intérêt et un besoin commun. Pour la première fois cet hiver, un forfait commun à l'ensemble du domaine skiable valaisan sera mis en vente. Une concrétisation qui se place dans la lignée de la nouvelle stratégie du tourisme valaisan. Et un argument promotionnel fort.

Avec ce nouveau produit, le Valais peut se vanter de mettre 2400 kilomètres de pistes à disposition, devenant le plus grand domaine

skiable du monde accessible avec un seul abonnement de saison. Son prix pour la saison 2013/2014: 1850 francs, avec un rabais de 15% pour les résidents du canton. Une alternative à 1500 francs sera également proposée, autorisant un accès limité aux domaines de Zermatt et des 4 Vallées (quatre fois chacun) et illimité pour tous les autres. «Nous avons fixé ces tarifs en fonction du prix des abonnements de saison des stations, nous ne pouvions pas être en-dessous», relève Arthur Clivaz, président des RMV.

Ce nouveau produit ne devrait pas concurrencer, ni remplacer, la Valais Ski Card, cette carte rechargeable selon un système de points prépayés. Arthur Clivaz y voit davantage une complémentarité: «Le forfait intégral est un produit purement dédié au ski, alors que la Valais Ski Card offre aussi l'accès aux bains thermaux, à la Fondation Gianadda. Il ne s'agit pas du même public.» Le nouveau pass devrait davantage intéresser les skieurs initiés, le but étant aussi d'inciter ces skieurs potentiels à remonter sur les lattes.



Le nouveau forfait offre l'accès à 2400 kilomètres de pistes. idd

La phase politique passée, place maintenant à la mise en place technique. «Cela suppose une base de données commune qui permettra la redistribution des recettes à chaque station.» Arthur Clivaz compte sur une mise en vente au plus tard d'ici début novembre. Valais Wallis Promotion a déjà confirmé son soutien pour promouvoir ce forfait. Madeleine Savioz, responsable production et marketing, parle d'un «beau produit, bon en termes d'image, qui permettra aux adeptes de varier les plaisirs.»

Fullservice Hotelwäschelösungen

Vertrieb Axel Bass - Tel. 091/794 20 22
wäschekrone.ch

Wäschekrone



Wie Best Ager anzusprechen sind: über das Angebot (E-Bike-Tour) und eine Bildsprache, in der auch andere Altersgruppen erscheinen.

Gutes für «bestes Alter»

Vom grossen Potenzial der Best Ager ist seit Langem die Rede. Vollumfänglich genutzt wird es aber bis heute nicht. Viele Hotels scheuen die notwendige Positionierung.

ALEX GERTSCHEN

O bwohl die wachsenden Möglichkeiten im Markt für Best Ager seit Langem in der Tourismusbranche thematisiert werden, scheint insbesondere die Hotellerie mit entsprechenden Angeboten hinterherzuhinken. Die oft angeführte Erklärung, dass solche Gäste nicht über ihr Alter angesprochen werden wollten, ist zwar nicht falsch, doch greift sie zu kurz. Die Schwierigkeit, spezifische Angebote für Best Ager zu kommunizieren, befreit nicht von der Pflicht, solche Angebote zu erstellen – zumindest gilt dies für Hotels, die eben die Chancen dieses Marktes nutzen möchten.

Um was für einen Markt es sich dabei genau handelt, ist ziemlich unklar. Dies hängt bei der unterschiedlich beantworteten Frage an, um was für Gäste es sich genau handelt (vgl. Zweittext rechts).

Wenig erforschtes Marktsegment

Schweiz Tourismus definiert die Best Ager als über 55-Jährige. Dieses Segment ist laut dem Tourismusmonitor 2010 besonders in den westlichen Quellmärkten bedeutsam, weil dort

und in Japan die gesellschaftliche Alterung am weitesten fortgeschritten ist. Darüber hinaus ist bekannt, dass die über 55-Jährigen überdurchschnittlich ausbeutebringend sind: Während 2010 21,7 Prozent aller Touristen in der Schweiz 250 und mehr Franken pro Tag ausgaben, betrug der Durchschnitt bei den Best Ager 24,5 Prozent. Neue Daten werden mit dem Tourismusmonitor 2013 erst im nächsten Jahr publiziert.

Laut Andreas Deuber, an der Churer Hochschule für Technik und Wirtschaft Ausbilder und Tourismusleiter, liegen über den Umfang und die Entwicklung des Marktes für Best Ager wenige erhärtete Angaben vor. Er ist aber davon überzeugt, dass diese Gäste für die Hotellerie ein grosses Potenzial darstellen. Damit dieses ausge-

schofft werden könne, gelte es, sich scharf von einem verwandten und ebenfalls wachsenden Markt abzugrenzen. Deuber: «Best Ager mögen mit Kur- und pflegebedürftigen Gästen oftmals das Alter gemeinsam haben, mehr nicht.» Aus diesem Grund solle sich die

Hotellerie auf Best Ager konzentrieren und die anderen Gäste Kurhäusern und Pflegeheimen überlassen. Eine solche Spezialisierung dränge sich nicht nur wegen der anspruchsvollen Angebotsgestaltung für diese Gäste auf, sondern auch wegen der Kommunikation.

«Best Ager wollen nicht in einem Atemzug mit Kuraufenthaltern und Pflegebedürftigen genannt werden», sagt Deuber. Grenze sich zum Beispiel ein Hotel mit Medical Wellness nicht eindeutig von Kurhäusern ab, könne dies «zum Killer» werden.

Spezialisierungsprojekte in der Hotellerie mit wenig Resonanz

Viele Hotels scheinen sich aber generell mit der Abgrenzung schwerzutun. Martin Schmidli vom Beratungsunternehmen Kohl & Partner macht mangelnden Mut zur Positionierung aus. «Ich habe den Eindruck, dass gerade jene Betriebe, die am meisten leiden – also die Ferien- und Landhotels –, überall etwas abzwacken wollen. Langfristig ist dies fatal. Gleichzeitig warne ich vor einer Ausrichtung auf «die Best Ager. Sie sind wegen ihrer verschiedenen Lebensstile keine Zielgruppe an sich.»

Ob sich die mangelhafte Positionierung darin spiegelt, dass die in Österreich und Deutschland erfolgreichen «50plus»-Hotels (vgl. Seite 13) in der Schweiz nicht haben Fuss fassen können? Der Unternehmer Benno Kästli, der das Magazin «50plus» führt und die gleichnamige Hotelmarke vor drei Jahren in der Schweiz etablieren wollte, bejaht und verneint zugleich. «Ich finde, dass das Angebot für Best Ager unterentwickelt ist. Aber diese Gäste über das Alter anzusprechen, ist sicherlich falsch. Insofern verstehe ich, dass die Hotels nicht mitmachen.»

Fast zeitgleich mit Kästli liebgeliebte die Tourismusberaterin Els Mettler mit der Schaffung einer Hotelplattform für Gäste ab 60 Jahren. «Ich verwarf das Vorhaben, weil ich rasch merkte, dass zu wenige Hotels zu einer solchen Positionierung bereit waren», erinnert sich Mettler, die sich seither auf das Outgoing-Geschäft mit Best Ager spezialisiert hat.

Nicole Diermeier, die Marketingleiterin von Schweiz Tourismus, erachtet die Absenz einer auf Best Ager spezialisierten Hotellerie, die diese Ausrichtung auch offen kommuniziert, nicht für ein Problem. «Der Gast wählt sein Hotel nach anderen Kriterien aus, zum Beispiel nach Themen wie Wellness oder «typically Swiss».

Fortsetzung auf Seite 12

«Spezialisierung ist für Angebotsgestaltung und Kommunikation wichtig.»

Andreas Deuber
Professor, HTW Chur

Dem Gast einen Namen geben

D er Markt für ältere Reisende birgt grosses Potenzial. Darüber besteht Einigkeit. Wie dieser Markt genau zu definieren ist, und wie die Nachfrager zu nennen sind, darüber gehen die Meinungen aber auseinander. «50+», ein geläufiger Begriff, hat zwei Schwächen: Er nennt eine objektive Altersgrenze, die der Vielfalt der subjektiven Einschätzungen und Bedürfnisse nicht gerecht wird, und seine weite Definition enthält auch Pflegebedürftige und

Greise, die gerade nicht der Prämissen der rüstigen und reisefreudigen Senioren entsprechen.

Senioren? Auch problembehaftet. Die knorrige Bezeichnung passt nicht in die Modesprache des Marketings und verletzt das Selbstverständnis eines Mannes. Nicht der viel zitierte Senior antwortet, sondern der Senior an sich ist passé. «Reife Gäste» wiederum klingen allzu euphemistisch, weshalb oftmals – und einmal mehr – Zuflucht bei einem Anglizismus gesucht wird:

Der «Best Ager» befindet sich im «besten Alter», ist also positiv konnotiert und frei von einer bestimmten Alterslimite.

Wer auf eine solche nicht verzichten möchte, dem sei die Definition von Schweiz Tourismus empfohlen: Die Marketingorganisation zählt zu den Best Ager die über 55-Jährigen, weil ab diesem Alter in der Regel keine Kinder mehr im selben Haushalt leben. Dass dies das Geld- und Zeitbudget fürs Reisen stark beeinflusst, liegt auf der Hand. axg

OFFENHAUSCHANKSYSTEME

Bester Service dank bleibender Wein-Qualität.

EUROCAVE

Klimasystem AG, Schönenberg 18, 8154 Hohenstein
Telefon 044 216 7144, www.klimasystem.ch

KOPAS-Ausbildung

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in Hotellerie und Gastgewerbe

www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung
Telefon 031 370 43 01

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

frischindieküche

pistor

Fortsetzung von Seite 11

Deshalb befürwortete sie ein «ageless marketing for an ageless consumer». Hinzu komme, dass das Tourismusland Schweiz mit Kernattributen wie Ruhe, Sicherheit und Reisekomfort ohnehin die Best Agers anspreche.

Ein Manko, welches Diermeier in der Hotellerie ausgemacht hat, wird laut der ST-Managerin zunehmend angegangen: «Einzelzimmer waren oftmals die kleinsten und unattraktivsten, und Einzelreisende mussten alleine mitten im Speisesaal essen. Ich sehe jedoch, dass hier immer mehr Hotels Abhilfe schaffen.»

Ein Vorzeigebispiel ist das Vier-Sterne-Superior-Hotel Eden in Spiez. Im Herbst 2006 öffnete es als erstes «Singlehotel» der Schweiz. Allerdings fragten die falschen Gäste das auf ältere Alleinreisende zugeschnittene Angebot nach: Das «Singlehotel» wurde mit Partnervermittlung in Verbindung gebracht. «Das hat viele Alleinreisende abgeschreckt und umgekehrt solche, die auf der Suche nach der grossen Liebe anreisten, enttäuscht», sagte Ende 2009, als der Name vom Markt genommen wurde, der damalige Direktor Gerald Nowak dem «Tages-Anzeiger».

Laut Nowaks Nachfolger Jürgen Kögler hat das «Eden» nur die Kommunikation angepasst. «Einzelreisende haben bei uns nach

wie vor ein Zimmer mit dem Komfort und der Lage eines Doppelzimmers. Diese Zimmer sind extra mit einem französischen Bett ausgestattet und sorgfältig für Alleinreisende eingerichtet. Nichts soll an eine zweite Person erinnern.» Das Hotel organisiert auch gemeinsame Abendessen und Ausflüge, sofern allein reisende Best Agers dies wünschen.

Widersprüchliche Anforderungen an die Hotelbetriebe

Kögler kommuniziert dieses Angebot nicht offensiv, da er überzeugt ist, dass eine gute Mischung der verschiedenen Altersgruppen von Vorteil ist. «Gerade wenn diese Mischung stimmt, fühlen



«Ältere Gäste schätzen eine gute Mischung der verschiedenen Altersgruppen.»

Jürgen Kögler
Direktor Hotel Eden, Spiez

sich ältere Gäste wohl.» Er glaubt aber auch, dass das Segment der Best Agers noch gezielter angesprochen werden könnte.

Kögler's Argumentation verweist auf den Zwiespalt, in dem viele Hotels stecken: Best Agers verlangen spezifische Angebote, doch dürfen diese nur untergründig kommuniziert werden und jüngere Gäste nicht ausschliessen.

hotellerieuisse versucht, diesen teils widersprüchlichen Anforderungen in der Überarbeitung der Spezialisierungsarchitektur gerecht zu werden. «Ein Hotel soll sich nicht über das Gäste-segment 50+ positionieren, aber durchaus auf einer tieferen Ebene Zusatzkompetenzen bezüglich Infra-

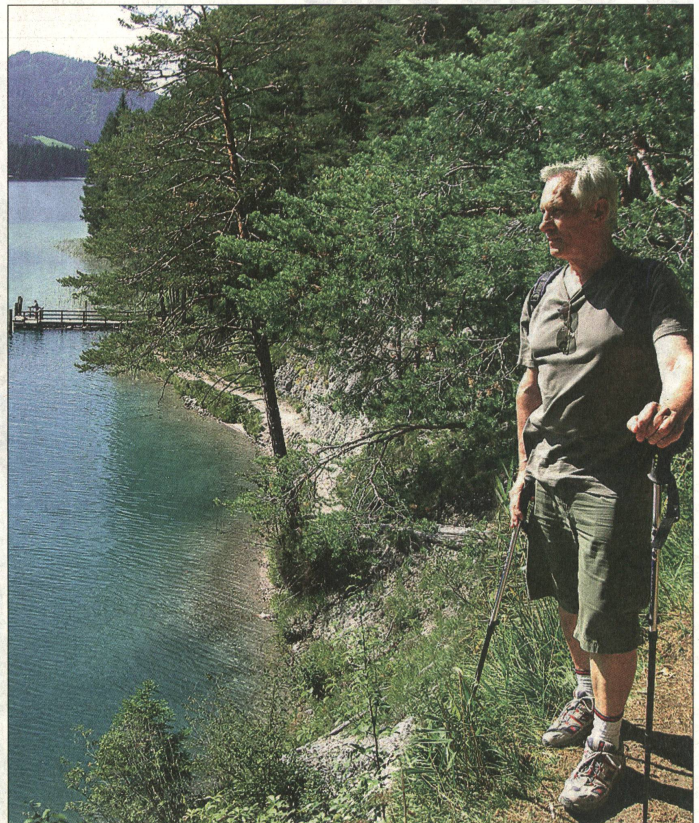
struktur und Dienstleistungen erarbeiten und auch kommunizieren – ähnlich einem auf chinesische Gäste spezialisierten Betrieb», sagt Daniel Beerli, Leiter Klassifikation und Normen.

Dass sich die Best Agers über passgenaue Angebote ansprechen lassen, hat diesen Sommer Aargau Tourismus erfahren. Unter dem Namen «Flyer-Land Aargau» wurden mehrtägige Packages mit E-Bikes durch die milde Topografie des Kantons angeboten. Laut Geschäftsführerin Andrea Lehner buchten fast ausschliesslich Best Agers. Neben dem Angebot selber, das auch Kultur, Wellness und eine gepflegte Gastronomie enthält, war laut Lehner die Kommunikation über die Bildsprache entscheidend. «Wir haben grauhaarige und jüngere Reisende gemeinsam gezeigt, um den Best Agern zu signalisieren, dass sie mithalten können, dass das Angebot für sie und Jüngere gemeint ist.»

Tagung zu Gästen mit spezifischen Bedürfnissen

hotellerieuisse veranstaltet am 17. September im Sorell Hotel Ador in Bern ein Expertenforum zum Thema «Gäste mit spezifischen Bedürfnissen» – zum Beispiel Best Agers. Fünf Experten aus den unterschiedlichsten Bereichen werden sich mit ihren Referaten an **Hôtelières sowie Hôteliern und Kadermitarbeitende**. Interessierte können sich noch anmelden unter

hotellerieuisse.ch/Expertenforum



Sanfte Outdoor-Aktivitäten sind, wie Kultur und Wellness, sehr beliebte Best-Agers-Angebote. Fotolia

ANZEIGE



Informationsveranstaltung:

4. September 2013, Hotel Grischa, Davos

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

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

Durchblick

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Unternehmerseminar hotellerieuisse

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

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

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

telt in Modulen betriebswirtschaftliche und marketingorientierte Kenntnisse und fördert gleichzeitig persönliche und soziale Kompetenzen. Seit 1968 wurden so aus Talenten über 1700 diplomierte Hotelmanagerinnen und -manager, die Benchmarks setzen und selbstbewusst die Richtung vorgeben. Als innovative und erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer leisten sie ihren Beitrag für die stetige Weiterentwicklung der Schweizer Hotel-Gastro-Tourismus-Branche und deren vorzügliche Positionierung auf der internationalen Landkarte.

Die Titel «Dipl. Hotelmanagerin NDS HF» und «Dipl. Hotelmanager NDS HF» eröffnen neue Laufbahnperspektiven und verschaffen Zutritt zur Vereinigung diplomierter Hotelmanager NDS HF/Hotelières Restaurateurs SHV/VDH.

Kursbeginn am 16. Oktober 2013 (Zyklus 40)

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

In Deutschland und Österreich gibt es eine Kooperation und Gütezeichen für seniorenfreundliche Hotels. Dennoch werden Best Ager nicht primär über ihr Alter angesprochen.

NATHALIE KOSSA



Zum Beispiel Wellness: Trotz ihres Namens sprechen die 80 «50plus»-Hotels in Deutschland und Österreich ihre Gäste nicht über das Alter, sondern über Produkte an.

Versuchsfreudige Nachbarn

Reisende über 50 Jahre ziehen auch in Deutschland und Österreich das Interesse der Tourismusbranche auf sich. Während sich wie in der Schweiz das Problem stellt, wie sie als Marketing-Zielgruppe zu fassen sind, besteht über die wachsende touristische Bedeutung der sogenannten Best Ager Klarheit.

Deutschland und Österreich werden im Jahr 2035 gemäss verschiedenen Prognosen mithin die ältesten Bevölkerungen der Welt haben. Knapp die Hälfte der Bevölkerung wird dann 50 Jahre und älter, fast jeder dritte Mensch wird älter als 60 sein. Wenn man von Megatrends sprechen möchte, dann gehört die Überalterung der Gesellschaft eindeutig dazu.

Best Ager gelten schon heute in beiden Ländern als eine wichtige Zielgruppe. Gemäss der aktuellen Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen in Kiel machen deutsche Senioren häufiger als andere Altersgruppen im Inland, vorab in den Bergen Ferien. Darüber hinaus schätzen sie besonders Österreich: Jede zweite deutsche Österreich-Reise wird von Best Ager gebucht.

Das Alter ist aus Marketing-Sicht nicht entscheidend

Während für die einen der Aktivurlaub in der Natur ganz oben auf der Bedürfnisliste steht, möchten andere eine Fernreise unternehmen und fremde Kulturen kennenlernen. Das verkaufen mit dem Claim «50+» allein könne deshalb gar nicht funktionieren, findet der Tourismuswissenschaftler Jürgen Kagemann, Dozent an den Hochschulen Bremen und Ravensburg: «Die Tourismusindustrie klebt seit Jahrzehnten an der Vorstellung, dass alle Best Ager gleich sind, gleiche Interessen und Bedürfnisse haben. Das ist von der Wissenschaft aber längst als völlig falsch erwiesen.»

Auch Guido Wiegand, Managing Director beim Reiseveranstalter Studiosus, hält dieses Vorgehen für falsch: «Das Alter alleine ist kein entscheidendes Merkmal. Aus Marketingsicht ist 50+ ebenso unsinnig, wie 40-».

Studiosus definiert deshalb die Gästesegmente schon lange nicht nach dem Alter, auch wenn weit über die Hälfte der Kunden zwischen 45 und 65 Jahre alt ist. Stattdessen bietet man sogenannte Service-Plus-Studienreisen an, die für einen besonders entspannten Reiseverlauf mit vielen Mehrfachübernachtungen stehen. Einige Fernreisen finden zudem in ärztlicher Begleitung statt.

Selbst «50plus»-Hotels werben vorrangig über Angebote

Auch die «50plus»-Hotels verkaufen trotz des Namens nicht vorrangig über das Alter, sondern über Themen wie «Wellness & Vital» oder «Genuss & Kultur»



«Viele fürchten, mit offensivem 50plus-Marketing als (Alten)hotel zu gelten.»
Katja Remus
Marketingleiterin Treugast Hotellerie

(vgl. das Interview mit dem «50plus»-Gründer Hermann Paschinger im Zweittext unten).

Ziel der Kooperation ist es, Hoteliers in der Qualitätssicherung und Entwicklung von seniorenfreundlichen Standards wie Barrierefreiheit, Vergrösserungsspiegel im Bad oder ausleihenbare Lesebrillen zu unterstützen.

In Deutschland verantwortet die Beratungsgesellschaft Treugast seit 1993 als Lizenznehmer die Aktivitäten der Marke «50plus». Katja Remus, Marketingleiterin bei Treugast Hotellerie, bringt die schwierige Suche nach dem «50plus»-Konsumenten auf den Punkt: «Das Problem ist, dass sich unsere Gäste meist jünger fühlen, als sie tatsächlich sind.»

Dass Mitglieder der Kooperation, wie das Hotel Sonnenhügel im niedersächsischen Bad Bevensen, ihre Qualitäten als «50plus»-Hotel bewusst in den Vordergrund stellen, während andere ihre Zugehörigkeit gar nicht nach aussen kommunizieren, zeigt, in welchem Dilemma die teilnehmenden Hoteliers stecken.

Katja Remus bestätigt, dass eine offensive Vermarktung eher die Ausnahme ist: «Was als Zielgruppen-Ansprache zum Beispiel bei «Baby-Hotels» ganz gut funktioniert, greift beim Thema «50plus» nicht. Viele fürchten, als (Alten)hotel abgestempelt zu werden.»

Zertifizierung von Dehoga Baden-Württemberg nicht vermarktet

Wie in der Schweiz lässt sich auch in Deutschland und Österreich darüber streiten, ob ein Siegel von Branchenverbänden für seniorenfreundliche Betriebe lohenswert ist. Der Dehoga Baden-Württemberg zum Beispiel hat mit dem dortigen Landesseniorenrat, einem zivilgesellschaftlichen Ver-

ein, eine Zertifizierung erarbeitet, die laut Verbandssprecher Daniel Ohl wegen mangelnden Interesses seitens der Betriebe nicht «weitergehend» vermarktet wird.

Daraus den Schluss zu ziehen, dass die Betriebe kein Interesse an zielgruppengerechten Angeboten hätten, wäre laut Ohl jedoch verfehlt: «Die Empfehlungen, die sich in den Kriterien finden und die wir in unseren Mitgliedermedien breit kommuniziert haben, werden nach unserer Einschätzung in vielen Betrieben aufgegriffen und umgesetzt. Offensichtlich sehen sie aber keinen Vorteil darin, dies nach aussen hin durch ein Siegel bzw. eine Zertifizierung zu dokumentieren.»

Die Österreichische Hoteliervereinigung verweist auf Nachfrage nach einer Zertifizierungsmöglichkeit auf die «50plus»-Hotels als Anlaufstelle.

Seit Kurzem erhält die Idee einer Zertifizierung ausgerechnet von einem Akteur Rückenwind, der im Kreuzfeuer der Branche steht: HRS. Das Hotelbuchungs-

portal hat im Juni dieses Jahres mit der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen und dem Kuratorium Deutsche Altershilfe Kriterien für die Hotel- und Zimmerausstattung sowie die gewünschten Gastronomie- und Serviceleistungen aufgestellt und das neue Label «Senior Comfort» kreiert.

HRS vermeldet gute Erfahrungen mit neuem Gütezeichen

Die seniorenfreundliche Kennzeichnung wird auf den HRS-Detailsseiten der aufgelisteten Hotels angezeigt. Auch spezielle Rabatte können dort durch die Betriebe hinterlegt werden. Das Gütezeichen werde sowohl von den Hotelpartnern als auch von den Kunden «sehr positiv» aufgenommen, betont Björn Zimmer, PR-Manager bei HRS: «Die Häuser werden sehr gut gebucht, und immer mehr Kunden filtern heute schon gezielt nach «Senior Comfort Hotels.» Nachfragen nach aktuellen Buchungszahlen will er aber nicht beantworten.

Bewährtes Konzept der «50plus»-Hotels

Produkte à la Seniorenteller sind längst nicht mehr der richtige Weg, um die wachsende Gruppe der «Best Ager» anzusprechen. Reiseerfahrene Gäste legen vielmehr besonderen Wert auf persönliche Beziehungen und Qualität auch in kleinen Dingen. «Man fährt nicht ins Hotel, man fährt zu Freunden», lautet die Devise.

Strenge Qualitätskontrolle der Mitgliedsbetriebe

Ein Mann, der seit Jahren diese Linie verfolgt, ist der Österreicher Hermann Paschinger, Gründer der «50plus»-Hotels. Der erfolgreichen Plattform gehören 80 Häuser in Österreich und Deutschland an. Das Konzept wurde von den teilnehmenden Hoteliers entwickelt und gemeinsam mit den Beratern von Kohl & Partner in einem Qualitätshandbuch festgehalten. Dieses ist von

den Mitgliedern streng einzuhalten, «mystery guests» sind zur Qualitätskontrolle unterwegs.

«Das Konzept zielt stark auf Stammgäste ab. Durch die Stammgästephilosophie mit den «99 Kleinigkeiten» schaffen wir eine persönliche Beziehungsqualität, die jüngere und ältere Gäste anspricht», erklärt Paschinger. «Gerade bei den Best Ager führt die emotionale Bindung zum Erfolg.»

Mindestanforderungen, um Mitglied der Gruppe zu werden, sind Drei-Sterne-Niveau und die Erfüllung umfangreicher Qualitätskriterien, deren Schwerpunkt in der «Software» liegt. «Dabei sind es kleine Aufmerksamkeiten und oft auch nur Selbstverständlichkeiten, die aus der Sicht unserer reiseerfahrenen Gäste mitunter den Unterschied zu anderen Angeboten ausmachen», sagt Paschinger.

Der Begriff «50plus» ist seiner Ansicht nach weitgehend neutral: «Jeder versteht sofort, was damit gemeint ist. Unser Konzept kommt beim Publikum an.»

Dennoch stehen in der Angebotskommunikation die vier Themen «Wandern & Natur», «Wellness & Vital», «Sport & Aktiv» und «Kultur & Genuss» im Vordergrund. Dazu kommen typische «50plus»-Schwerpunkte wie etwa «Oma/Opa-Enkel-Angebote» oder Ferien mit dem E-Bike, die sich zur Belebung der Zwischensaisonen eignen.

Aus «50plus» heraus haben sich zwei weitere, jedoch altersunabhängige Plattformen entwickelt: «Genuss Reisen Österreich» mit kulinarischen Entdeckungsreisen und «Kreativ Reisen Österreich» mit Angeboten aus Kunst und Handwerk.

Der Grossteil der Gäste kommt aus deutschsprachigen Ländern. «Diese Gruppe erreichen wir mit unserer Themenplattform zunehmend online», hebt Hermann Paschinger hervor.

In Kooperation mit der Forschungsgemeinschaft Urlaub



«Gerade bei den Best Ager führt die emotionale Bindung zum Erfolg.»
Hermann Paschinger
Gründer der «50plus»-Hotels

und Reisen in Kiel bereitet die Kooperation Angebote auf, die für die Zukunft Erfolg versprechen. «Hier sind wir, dank internationaler Zusammenarbeit, immer am Puls der Zeit», sagt Paschinger.

Anfragen von Betrieben kommen auch aus der Schweiz

Auch aus der Schweiz erhalte die Gruppierung laufend Anfragen. «Ich bin sicher, dass das Konzept, so wie wir es in Österreich und Deutschland verfolgen, auch in der Schweiz aufgebaut und durchgezogen werden könnte», meint Paschinger. Denkbar wäre, wie in Deutschland mit interessierten Hotels eine Franchisevereinbarung abzuschliessen. «Ich würde es begrüßen, wenn jemand die Idee aufgreift. Der Markt dafür ist in der Schweiz sicherlich vorhanden.»

Heribert Purtscher

«Für Hotels eine Chance»

Kurhäuser spüren die demografische Entwicklung bisher kaum. Der Gast fühle sich noch sehr jung, betont Max Nadig, Präsident «Heilbäder und Kurhäuser Schweiz».

GUDRUN SCHLENCZEK

Max Nadig, mit dem Namen «Wohlbefinden Schweiz» wollte man die verstaubte Bezeichnung Kurhaus ablegen. Neu nennt sich Ihr Verband wieder Heilbäder und Kurhäuser Schweiz. Warum dieser Schritt zurück? Kurhaus und Kur sind einfach gute Begriffe – trotz allem.

Können Sie das erklären? Kur umschreibt in der breiten Öffentlichkeit eine klare Leistung. Der Begriff Wohlbefinden ist zu schwammig. Das Ziel einer Kur ist klar, gesund zu werden oder zu bleiben. Ein Kuraufenthalt ist primär medizinisch motiviert – im

Gegensatz zu einem Aufenthalt in einem Wellnesshotel.

Die Gesellschaft wird immer älter: Stehen die Kurhäuser vor einem erneuten Boom?

Von der demografischen Entwicklung spüren wir bis anhin nichts. Mit 50 oder 60 Jahren steht man heute noch mitten im Leben. Das war vor 20 Jahren ganz anders. Das Alter verschiebt sich immer mehr nach hinten. Die Kurhäuser und Heilbäder profitieren aber vom gewachsenen Gesundheitsbewusstsein, da heute schon bei jüngeren Menschen oft sehr ausgeprägt ist.

Wann ist man denn heute alt? Ich würde sagen ab 75 Jahren. Vorher steht man noch voll im Leben. Aber auch die 75-Jährigen darf man als Hotelier oder Kurhausbetreiber auf keinen Fall über das Alter ansprechen.

Wie dann? Über ihre aktuellen

Bedürfnisse. Auch der ältere Gast will einen erlebnisreichen Aufenthalt genießen. Er ist zudem qualitätsbewusst und anspruchsvoll.

Was heisst das konkret?

Er schätzt, wenn er individuell behandelt wird, wenn man spezifisch auf ihn eingeht. Ein Seniorer ist heute ein No-Go. Im Alter werden aber auch keine Riesenportionen auf dem Teller geschätzt. Der Gast freut sich, wenn man nachfragt, ob er gern noch etwas möchte.

Bei was sollte man zwischen einem 40- und einem 70-jährigen Gast unterscheiden?

Zum Beispiel bei der Geschwindigkeit. Nehmen wir an, beide unternehmen gern eine Velotour, der Ältere bevorzugt ein langsames Tempo, sucht aber vermehrt landschaftliche Reize.

Sie sprechen das Qualitätsbewusstsein der älteren Gäste an.



«Mit 50 oder 60 Jahren steht man heute immer noch mitten im Leben.»

Max Nadig
Heilbäder & Kurhäuser Schweiz



Best Ager schätzen eine individuelle Dienstleistung. Alt fühlen sie sich aber noch nicht. Fotolia

Kann die Schweizer Hotellerie hier punkten?

Davon bin ich überzeugt. Für die Hotellerie ist das eine Chance. Der ältere Gast von heute hat die Welt schon gesehen. Er bleibt gern in der Schweiz und umgeht so eine weite Anreise. Der ältere Gast schätzt Qualität und Sicherheit. Im Alter ist man nicht mehr so experimentierfreudig wie mit 20 Jahren.

Welche Bedürfnisse hat ein pflegebedürftiger Gast?

Ein Haus muss die gleiche Pflege, wie der Gast sie zu

Hause von der Spitex erhält, sicherstellen können. In den Kurhäusern ist das der Fall.

Für die Hotels versucht Claire & George, die Spitex-Pflege zu regeln. Was halten Sie davon?

Die Idee des Projekts ist bestechend. Doch ich bezweifle, ob das mit der Finanzierung und der Abrechnung so einfach geht. In der Schweiz sind die Tarife für die Pflege zu Hause in jedem Kanton unterschiedlich geregelt. Ich denke, da muss die Stiftung noch mal über die Bücher.

Fusioniert Heilbäder und Kurhäuser nun ein Verband

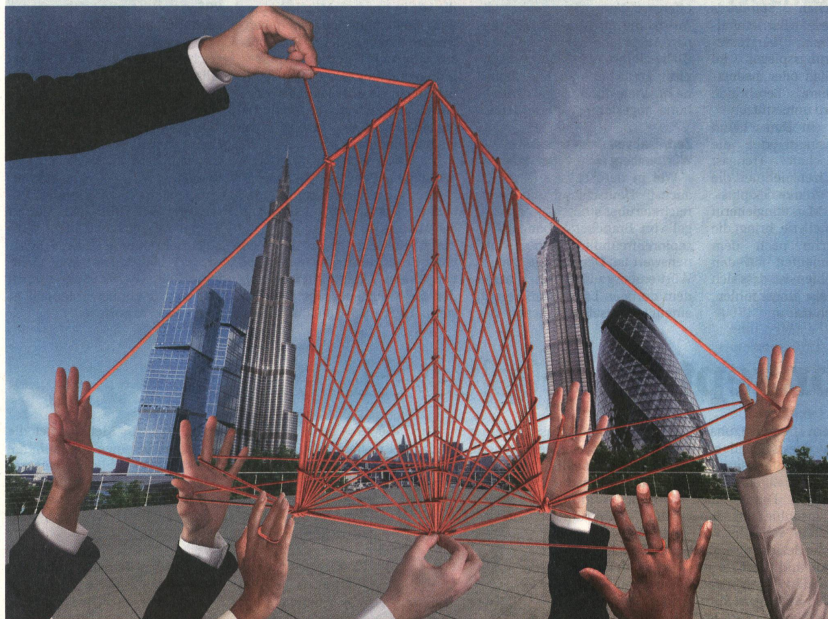
Beim Marketing haben die Schweizer Heilbäder und die Schweizer Kurhäuser schon lange gemeinsame Sache gemacht. Nun ist man auch juristisch enger zusammengerückt: Seit April sind beide Verbände fusioniert. Der neue Verband tritt unter «Heilbäder und Kurhäuser Schweiz» auf. Die Öffentlichkeit wird im November darüber informiert.

ANZEIGE

Connecting Global Competence



Messe München
International



Effizienter Marktplatz für die Hotelbranche

Ob neue Hotelstandorte, eine passende Finanzierung oder wichtige Player des Hotel-Segments – auf der EXPO REAL finden Sie alles zusammen: auf dem Gemeinschaftsstand „World of Hospitality“. Bei der Hotelkonferenz „Hospitality Industry Dialogue“. Oder auf den vielen Netzwerk-Veranstaltungen rund um die Messe. Bringen Sie hier mit 38.000 Immobilienprofis Ihre Projekte und Transaktionen voran.

Jetzt Ticket buchen:

www.exporeal.net/ticket

Jetzt informieren
und vernetzen:
blog.exporeal.net



Wo die Fäden zusammenlaufen

16. Internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen
7. – 9. Oktober 2013 | Messe München
www.exporeal.net



Grosse Kostenunterschiede

Die Spannweite der Verpflegungskosten in Schweizer Spitälern ist gross. Das zeigen die Zahlen der Hotellerie im Gesundheitswesen. Die Benchmark-Gruppe zählt 29 Betriebe.

GUDRUN SCHLENCEK

Im Zuge der veränderten Finanzierung im Gesundheitswesen steigt der Kostendruck und damit auch der Wunsch nach Kostentransparenz: nicht nur im medizinischen und pflegerischen Bereich, sondern auch in Support-Bereichen wie der Hotellerie. Was kostet ein Patienten-Verpflegungstag? Wie hoch ist die Flächenproduktivität der Küche? Wie hoch der Anteil der Verpflegung in Bezug auf die Gesamtkosten einer Gesundheitseinrichtung?

Eine von der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) zusammen mit der Universität St. Gallen und den fünf Gründungsmitgliedern – die Kantons-spitäler Aarau, Baden und St. Gallen, das Bethesda-Spital Basel und das Limmattal-Spital – sowie weiteren Praxispartnern

entwickelte Benchmark-Methode schafft nun Transparenz innerhalb der Hotellerie. Die Ende 2012 gegründete Benchmark-Gruppe zählt bereits 29 teilnehmende Institutionen, berichtet Lars Baacke, der mit der BEG Solution AG die jährliche Durchführung des Hotellerie-Benchmarks technisch und organisatorisch unterstützt. Unter den Teilnehmern finden sich heute vor allem Akutspitäler, aber auch erste Reha-, Alters- und Pflege- sowie psychiatrische Einrichtungen.

Gastronomie macht im Mittel 4% der Kosten eines Spitals aus

Die teilnehmenden Betriebe speisen ihre Daten jährlich mittels eines Online-Tools in den Benchmark ein. Über dieses Tool können anschliessend die anonymisierten Auswertungen abgerufen werden – einerseits für das eigene Haus im Vergleich mit den anderen Betrieben der Benchmark-Gruppe und andererseits im Jahresverlauf. Etwa 20 Basisdaten

«Bei den Einkaufskonditionen sind sicher noch Handlungsspielräume vorhanden.»

Lars Baacke
BEG Solution AG

werden auf diese Weise jedes Jahr erhoben und daraus vergleichbare Kennzahlen ermittelt.

Die Kennzahlen des Jahres 2012 zeigen eines besonders deutlich: Die Unterschiede zwischen den Betrieben sind gross. Zum Beispiel der Anteil Gastronomiekosten an den Gesamtkosten der Organisation (siehe obere Grafik): Der Durchschnitt liegt bei 4 Prozent. Das Maximum ist mehr als doppelt so hoch, das Minimum liegt



Die Verpflegungskosten pro Patient und Tag variieren von Spital zu Spital deutlich.

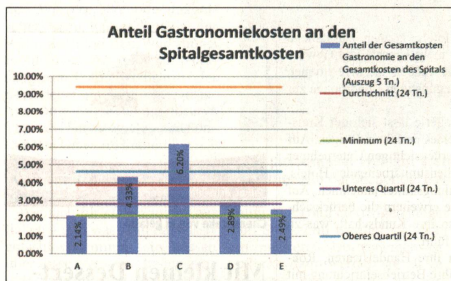
gerade mal bei der Hälfte. Die blauen Balken zeigen exemplarische Werte einzelner Betriebe: Auch hier gibt es deutliche Schwankungen. Die Gastronomie-Gesamtkosten setzen sich aus Personal- und Lebensmittelkosten zusammen. Die Ursache sieht Christoph Hamann, Vorsitzender des Beirats der Hotellerie-Gruppe, insbesondere in variierenden Prozess- und Angebotsstrukturen. Künftig sollen zudem die Umlagen und Gemeinkosten mit eingerechnet werden, was die Resultate noch stärker beeinflussen wird.

«Dies schlägt sich in der Vollkostenrechnung nieder – ob positiv oder negativ, entscheidet der Verkaufspreis.»

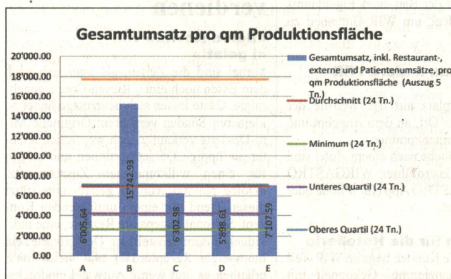
Bei den Produktionskosten pro Beköstigungstag, also den Verpflegungskosten für einen Patienten innerhalb von 24 Stunden,

liegt der Durchschnitt bei knapp 40 Franken, das Maximum bei 50 und das Minimum bei weniger als 35 Franken. Berücksichtigt sind hier nur die Personal- und Warenkosten. Zur Differenz tragen auch die unterschiedlichen Einkaufspreise bei: So schwanken diese

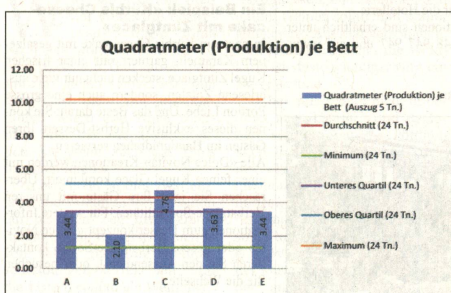
bei Basisprodukten wie Milch, Mineralwasser oder Weggli um bis zu 200 Prozent. «Bei den Einkaufskonditionen sind sicher noch Handlungsspielräume vorhanden», ist Baacke überzeugt. Die Benchmark-Zahlen werden darüber Aufschluss geben.



Gastronomie kann über 9% der Spitalkosten ausmachen.



Grosse Unterschiede auch beim Umsatz pro m² Küchenfläche.



Die Küchenfläche pro Bett.

Quelle: Hotellerie-Benchmark Gesundheitswesen

Im Durchschnitt vier Quadratmeter Produktionsfläche pro Bett

Wie gross der Unterschied bei der Fläche der Produktionsküche ausfallen kann, zeigt die unterste Grafik. «In Deutschland wird in der Regel mit 1,5 bis 2,5 Quadratmetern Produktionsfläche pro Bett kalkuliert», verdeutlicht Susanne Hofer, Vertreterin der ZHAW im Beirat. Die Ergebnisse der Benchmark-Studie zeigen für das letzte Jahr aber eine andere Realität: Der Mittelwert lag bei knapp über vier Quadratmetern pro Bett, das Maximum sogar bei gut zehn Quadratmetern.

Der Gesamtumsatz pro Quadratmeter Produktionsfläche in der Küche schwankt je nach Betrieb zwischen knapp 3000 und 18000 Franken. «Je höher der Gesamtumsatz pro Quadratmeter Produktionsfläche, desto besser die Auslastung», verdeutlicht Susanne Hofer. Dies mit grosser Wahrscheinlichkeit deshalb, weil ein überdurchschnittlich hoher Anteil an Verkäufen an Dritte erfolgt.

Benchmark-Gruppe Betriebe können sich erfassen lassen

Im Oktober startet die Benchmark-Gruppe zur Hotellerie im Gesundheitswesen eine zweite Erfassungsrunde für neue Interessenten. Neuzugänger erhalten so die Möglichkeit zur Erfassung und Auswertung ihrer Daten aus den Jahren 2010 bis 2012. Jeder Teilnehmer kann Auswertungen erstellen, um die eigene Organisation einzuordnen sowie Verläufe und Trends zu analysieren. Anmeldungen sind bis Ende September möglich.

www.hotellerie-benchmark.ch



www.aquanale.de

AQUANALE

KÖLN, 22.–25. OKT 2013
INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR SAUNA.POOL.AMBIENTE.



Koelnmesse Schweiz
Handelskammer Deutschland-Schweiz
Tollstrasse 60, 8002 Zürich
Tel.: 044 283 61 11
Fax: 044 283 61 21
info@koelnmesse.ch
www.koelnmesse.ch

koelnmesse

GetränkeZuger Kirsch und
Rigi Kirsch sind
geschützt

Die Spirituosspezialitäten Zuger Kirsch und Rigi Kirsch werden definitiv geschützt. Gegen die Eintragung als geschützte Ursprungsbezeichnungen (GUB) gab es keine Einsprache, teilt das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) mit. Mit der Eintragung dürfen nur noch Kirschen aus dem Kanton Zug und den umliegenden Gemeinden verwendet werden. Laut BLW verleihen die regionalen kleinfruchtigen Sorten mit Mandelnote dem Getränk den typischen Geschmack.

Nespresso nimmt
starke Grands Crus
ins Sortiment

Nespresso erweitert seine Intensitätskala: Die beiden Grands Crus «Kazaar» mit Intensität 12 und «Dharkan» mit Intensität 11 liegen beide über der bisherigen Höchststärke 10 der Sorte «Ristretto». Für «Kazaar» kommt bei Nespresso erstmals der «Conillon»-Robusta aus Brasilien zum Einsatz, der wie eine Arabica-Sorte verarbeitet wird. Die «Dharkan»-Mischung besteht aus gewaschenen Arabicas aus Lateinamerika und Asien. Beide Sorten sind ab sofort im Handel erhältlich. **sa**

Kolumne

Es geht auch ohne Titel

**Korky's**

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

Oft werde ich gefragt, was genau ein Sommelier ist. Auch ich wusste auf Anhieb nicht, was ein Mechaniker oder ein Facility Manager ist. Berufe und ihre Bedeutung sorgen in unserer Gesellschaft immer noch für Verunsicherung. Der Beruf eines Managers wird heute immer noch höher eingeschätzt als der eines Hausmeisters. Doch was macht ein Facility Manager? Dieser Frage wollte ich heute nicht nachgehen, sondern wollte Ihnen einen Einblick in meinen Beruf verschaffen.

Die Hauptaufgabe des Sommeliers ist der Einkauf der Weine und die Beratung der Restaurant-Gäste zum Getränkeangebot insbesondere zum passenden Wein zu den ausgewählten Gerichten. Ein Zusammenspiel zwischen dem Küchenstil eines Kochs und der Interpretation einer Traubensorte durch den Winzer. Somit ist die Erstellung einer Weinkarte die Visitenkarte eines Restaurants und die eines Sommeliers. Der Sommelier ist mit einem Dirigenten zu vergleichen, der die Aromen von Speisen und Wein miteinander verbindet. Da jeder Geniesser einen individuellen Geschmack hat, ist die Suche nach der perfekten Kombination ein stetiges Suchen. Das macht den Beruf so interessant und abwechslungsreich.

Doch der vergorene Traubensaft ist nicht das einzige Getränk, über das ein Sommelier Bescheid wissen sollte. Die Kenntnisse über alle alkoholfreien Getränke wie Mineralwasser, Limonaden, Fruchtsäfte und Erfrischungsgetränke gehören ebenso zum Repertoire. Alkoholische Getränke wie zum Beispiel Bier, Whisky, Cognac, Tequila, Mescal oder Sake sollten auch zum Wissensprofil dazugehören. Aufguss-Getränke wie Kaffee und Tee runden das Know-how eines Sommeliers ab. Dieses umfangreiche Wissensgebiet über die Herkunft und die Verarbeitung der Produkte setzt ein hohes Mass an Neugierde für neue Produkte voraus. Wie bereits erwähnt, gehören der Einkauf und die Lagerung dieser Produkte ebenso zum Aufgabengebiet des Sommeliers. In grösseren Häusern wird dieser Part aber auch von einer Einkaufsabteilung übernommen.

Eine Weinkarte und deren Gestaltung ist die Herausforderung eines jeden Sommeliers, um den Gästen ein besonderes Weinerlebnis zu verschaffen. Profundes Fachwissen über die Weinbauggebiete und de-

ren Rebsorten, kleine Anekdoten über die Winzer und die Region komplettieren das Spezialwissen. Der Beruf des Sommeliers benötigt viel Fingerspitzengefühl, um jedem Gast den passenden Wein zu empfehlen. Das Parkett des Restaurants wird oft mit einer Bühne im Theater verglichen. Diese Fläche mit Lebendigkeit auszufüllen, ist der Applaus der Gäste.

Sie sehen, der Beruf des Weinkellners ist ein komplexer Beruf mit vielen Facetten. Da erstaunt es, dass der Beruf des Sommeliers nicht geschützt ist. Weswegen Ihnen immer wieder im Alltag neue Darstellungen des Berufsstandes Sommeliers entgegenkommen. Morgens beim Bäcker werden Sie von einem Kaffeesommelier bedient. Mittags kaufen Sie Ihre Getränke im Fachmarkt beim Mineralwassersommelier. Nachmittags treffen Sie sich zum Afternoon Tea beim Teesommelier. Abends in Ihrer Stammkneipe bestellen Sie Ihr Bier beim Biersommelier. Im Restaurant begegnet Ihnen auch noch der Dessert-, Käse- oder Schokoladensommelier.

Wahrscheinlich müssen Sie in Zukunft nicht zum Rechtsanwalt, sondern zum Jurasommelier. Wenn ein Begriff wie Sommelier in einem Masse der Verallgemeinerung Fachwissen vermitteln soll, dann ist es mit dem Doktor für Pflügen und dem Professor für Rohrreinigungen nicht mehr weit. Es ist schade, dass ein Beruf in Unterkategorien dekliniert wird, da es gerade in bestimmten Segmenten klare Berufsbezeichnungen gibt. In der Kaffeebranche gibt es eine Ausbildung zum Barista, beim Tee einen Tea Master und beim Bier ist das der Braumeister. Braucht es da noch einen Manager-Titel des Sommeliers für jeden einzelnen Part des Sommeliers? Ich glaube es nicht.

Unsere Kolumnisten

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

MARKTNOTIZEN

**Ruepp & Partner
Dietikon AG – Profis
für die Gastro- und
Hotelbranche**

Das rund dreissigköpfige Team der Ruepp & Partner mit dem Standort Rotkreuz besteht neben Buchhaltern und Betriebsökonominnen auch aus ausgewiesenen Branchenspezialisten, die zusammen rund 150 Gastro- und Hotelbetriebe betreuen.



Durch die stetige Aus- und Weiterbildung sowie durch die praktische Erfahrung in der Gastro- und Hotelbranche sind wir in der Lage, unseren Kunden eine ganzheitliche Beratung und ein umfangreiches Dienstleistungspaket anzubieten:

Treuhand

Wir bieten Ihnen massgeschneiderte Lösungen in allen Bereichen oder eine komplette Outsourcing-Lösung der Finanzadministration Ihres Gastro- oder Hotelbetriebes.

Wirtschaftsprüfung

Durchführung von eingeschränkten und ordentlichen Revisionen sowie von Spezialprüfungen.

Steuerberatung

Wir zeigen Ihnen auf, wie Sie Ihre wirtschaftlichen und betrieblichen Interessen mit den gesetzlichen Steuerfolgen koordinieren können. Wir übernehmen Ihre Steuervertretung und verhandeln für Sie mit den Steuerbehörden.

Unternehmensberatung

Wir unterstützen Führungskräfte bei der Meisterung verschiedener Herausforderungen. Ihre Projekte begleiten und realisieren wir von Anfang bis Schluss. Unsere Stärke ist die Umsetzung.

Personalberatung

Durch profunde Kenntnisse des Arbeits-

marktes beraten wir Sie kompetent und ganzheitlich bei der Suche und Auswahl von Kadermitarbeitern.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Fragen Sie uns unverbindlich an.

www.ruepp.ch

**Schlafen wie
auf Wolken**

**Boxspringbetten von Hotelwäscbe
Erwin Müller**

Ob Urlaub oder Geschäftsreise – die Anlässe für ein «Zuhause auf Zeit» sind unterschiedlich. Eines haben alle gemeinsam: die Suche nach diesem besonderen Wohlfühlfaktor, der einen abends entspannt einschlafen lässt und morgens erholt aufwachen lässt. Mit seinem neuen Boxspringbett bietet Hotelwäscbe Erwin Müller hierfür die perfekte Grundlage. In vier Schritten verbinden sich höchster Komfort und einzigartige Optik zu einem Schlafereignis, das in Erinnerung bleibt.

Optimal «gebetet» und ideal unterstützt: Mit ihrem Aufbau aus Basisunterfederung plus hochwertiger Obermatratze sorgen Boxspringbetten für aussergewöhnlichen Schlafkomfort. Auf den klassischen Lattenrost wird zugunsten des typischen Zweimatratten-Systems verzichtet. Dies bietet vielfältige Möglichkeiten zur individuellen Körperunterstützung. Darüber hinaus setzt Hotelwäscbe Erwin Müller bei seinem Boxspringbett auch in puncto Optik auf Vielfalt: mit einem besonderen Baukastensystem, das jede Menge Spielraum für gestalterische Kreativität lässt.

www.erwinmueller.ch



Boxspringset Querschnitt



Der neue Hugenobler Hauptsitz im Herzen von Schönbühl

**Das Kochparadies
im Herzen von
Schönbühl**

Seit dem symbolischen Spatenstich im August 2012 wird mit Hochdruck am neuen Hugenobler-Hauptsitz gebaut, der bis Ende Jahr bezugsbereit ist. Nebst zahlreichen Büroräumen, Servicezentrale, einer Produktionshalle für den Herdbau und einem modernen Ausbildungs- und Schulungszentrum für die Durchführung von praxisorientierten Hugenobler Koch-Fachkursen entsteht auf 1200 m² ein grosszügiger Ausstellungsraum.

Dieser bietet für Gastronomen wie auch für Baukommissionen, Planer, Architekten und Investoren eine Plattform, um sich über zukunftsorientierte Kochsysteme, Spültechnik, Ausschanksysteme, Lüftungstechnik, Kassensysteme, Wasseraufbereitung, Küchen-Innenausbau, Kaffeemaschinen, Bodenbeläge und moderne Händetrockner zu informieren. Erfahrene Küchenchefs und Kochsystemtechniker stehen Besuchern beratend zur Seite. In verschiedenen Degustationsküchen bietet sich zudem die Gelegenheit, moderne und zukunftsweisende Kochsysteme nicht nur in der Theorie, sondern auch praktisch im Gaumen zu erleben. Alles an einem Ort – einfach paradiesisch!

www.hugenobler.ch

**Kluge Hoteliers
packen ihre Chance**

Meine Chance – WIR Bank. Der Slogan der WIR Bank gilt speziell für die Hotellerie. Welche Chance bringt eine Teilnahme am

WIR-System? Hotels können zusätzliche Gäste gewinnen, mehr Umsatz und Gewinn erzielen. Für Bauvorhaben und Investitionen stehen Kredite zu günstigen Konditionen zur Verfügung.

Anhand der Hotellerie lässt sich der Kreislauf des WIR-Geldes perfekt aufzeigen: Auf der einen Seite berücksichtigen Unternehmer und ihre Aussendienstmitarbeitenden Hotels, die WIR als Zahlungsmittel annehmen. Auf der anderen Seite erweitern die berücksichtigten Betriebe so ihre Kundschaft, was zu Mehreinnahmen führt.

Hoteliere kaufen ihre Handelswaren, Rohmaterialien und ihre Betriebseinrichtung mit einem WIR-Anteil. Der Unterhalt der Liegenschaften sowie persönliche Ausgaben wie Ferienreisen oder der Bau eines Eigenheims sind ebenfalls ideal, um WIR-Guthaben zu platzieren.

**Wie findet man andere WIR-
Verrechner?**

Der WIR-Marktplatz auf der Website der WIR Bank ist der Ort, an dem Angebot und Nachfrage zusammenkommen. Speziell für die Suche nach einem Hotel sind der gedruckte Gastroführer WIRGASTRO oder die WIRGASTRO App (für iPhone oder Android) geeignet.

Kredite auch für die Hotellerie

Der Vorteil für die Kunden liegt im WIR-Teil einer Gesamtfinanzierung. Gekoppelt mit marktaktuellen Zinssätzen für CHF-Kredite ergeben sich interessante Finanzierungsangebote auch für die Hotellerie.

Weitere Informationen sind erhältlich unter der Nummer 0848 947 947 und auf www.wirbank.ch.



WIR Bank



Cheesecake von «gelati»

**Mit kleinen Dessert-
kreationen gross
verdienen****«Dolce Novità» von
«gelati»**

Vorbei sind die Zeiten, als man sich nach dem Essen noch einen Riesen-Coupe genehmigte. Gäste lassen sich heutzutage lieber zu kleineren Sünden verführen: Originelle Mini-Desserts verkaufen sich wesentlich leichter als üppige Dessertportionen und sorgen für einen willkommenen Zusatzumsatz. «Dolce Novità» von «gelati» unterstützt diesen Trend mit einem umfassenden Konzept. Saisonale angepasste Rezepte, eine individuell zusammenstellbare Dessertkarte, ein innovativer Rezeptordner und vieles mehr erlauben es, mit wenig Aufwand eindrucksvolle Mini-Desserts zu kreieren.

**Ein Beispiel: «Kürbis Cheese-
cake mit Zimtglace»**

In unserem Kürbis Cheesecake mit gesalzener Karamell, garniert mit einer frischen Kugel Zimtglace, stecken nicht nur viele aussergewöhnliche Zutaten, sondern auch eine grosse Portion Liebe. Und das Beste daran: Sie können dieses exklusive Herbst-Dessert Ihren Gästen im Handumdrehen servieren. Alle «Dolce Novità»-Kreationen werden mit einer feinen Kugel Glace kombiniert. Überlassen Sie jetzt Ihre Gäste mit unseren Herbstglace-Spezialitäten. Für weitere Informationen zum Dessertkonzept «Dolce Novità» oder unsere Herbstglace-Sorten kontaktieren Sie den Aussendienst, oder besuchen Sie die Webseite:

www.gelati.ch

Am Wochenende trafen sich die Liebhaber italienischer Weine im Zürcher «Dolder Grand» zum «Concerto». Dabei wird musiziert, aber vor allem geht es um Harmonien im Glas.

RENATE DUBACH



Beim Weingut Avignonesi in der Toscana trocknen die Trauben für die Süssweine mindestens drei Monate.

Bilder zvg

Concerto» heisst die Veranstaltung schlicht. Tatsächlich ist die breit angelegte Schau italienischer Weine der St.Galler Weinhandlung Caratello im «Dolder Grand» in Zürich seit Jahren eine Institution. Diesmal präsentierten die Weinproduzenten Franco Conterno, Guido Fantino, Paola Gloder von Poggio Antico, die Familien Tedeschi und Buglioni, Giovanni Manetti, Luca Martin und Cinzia Merli von Le Macchiole und viele weitere ihre besten Weine. Wie immer gab es zur Degustation auch eine Musik-Matinee und ein Essen mit den Winzern. Freunde italienischer Weine hatten die Qual der Wahl, auch bei den Workshops: Barolo oder Süsswein? Ein Workshop zum Thema Weinkarte oder doch lieber eine Vertikaldegustation von Flaccianello und Riserva Vigna del Sorbo der Azienda Fontodi von Giovanni Manetti?

Süssweine müssen nicht immer teuer und aus Frankreich sein

Wer sich für «Die Yquem aus Italien – und was man dazu isst» entschloss, konnte sein Wissen über süsse Weine aus Italien ganz unterhaltsam erweitern. Wenn es um Süssweine geht, halten viele immer noch Sauternes und Châtea d'Yquem für das Mass aller Dinge. Aber es müssen nicht unbedingt Sémillon- und Sauvignon-blanc-Trauben aus dem Bordeaux sein. Vor allem muss der Preis pro Flasche auch nicht bei 700 Franken liegen.

Obwohl: «Es handelt sich bei Süssweinen schon eher um teure Weine. Sie brauchen einfach mehr Aufwand bei der Herstel-



Das piemonteser Weingut Vietti produziert nicht nur traditionelle Baroli, sondern auch ausgezeichneten Moscato.

lung. Die Trauben hängen länger am Stock und werden vielleicht in mehreren Durchgängen gepflückt, dann werden sie oft getrocknet, die Reifung im Fass dauert länger oder der Wein braucht noch eine gewisse Zeit, bis er in den Verkauf gelangt», führte der Sommelier und Kundenberater Markus Kutzelnig aus.

Aussehen, Aromatik und Struktur des Recioto di Soave Re Nobile DOCG 2004 von Gini im Veneto gehen dann doch in Richtung Sauternes. Allerdings werden für diesen Wein Garganega-Trauben verwendet, die drei bis fünf Monate zum Trocknen aufgehängt

werden. Das Resultat ist ein fensreicher Wein, der an Akazienblütenhonig erinnert.

Dagegen war der Vin Santo Occhio di Pernice DOC 1999 von

Avignonesi in der Toscana ein geradezu dickflüssiges Monster in der Farbe eines Balsamico-Essigs.

Für diesen Wein werden die reifen Beeren der Sorte Sangiovese-Prugnolo Gentile drei bis vier Monate auf Matten getrocknet, bis nur noch etwa ein Viertel des Volumens vorhanden ist. Der so gewonnene Traubensaft fliesst nicht nur so wie Honig, er ist ebenso süss. Der Wein reift etwa 12 Jahre lang in kleinen Eichenfässern, was noch übrig bleibt, wird in Flaschen gefüllt. «Aus 100 Kilogramm Trauben gibt es etwa 5 Liter Wein. 1999 wurden 562 Liter produziert», sagte Markus Kutzelnig. Abgefüllt in halbe Flaschen kostet die dickflüssige Süsseigkeit 230 Franken.

Zu diesen beiden Weinen gab es verschiedene Vin Santo, Moscato und einen Moscato d'Asti zu degustieren. Und es gab auch Vorschläge, den Wein zu kombinieren: mit rezentem Hartkäse, Apfel, Crème brûlée und einem Brownie.

Die meisten Menschen empfanden die Kombination von sauer mit salzig oder bitter und von bitter mit sauer oder salzig als unharmonisch. «Süss kann man hingegen mit allen Varianten kombinieren, das harmonisiert oder gleicht aus. Da kommt es eigentlich bloss auf die eigene Vorliebe an», führte Kutzelnig aus. Dieser Workshop machte zudem deutlich, dass die Bandbreite der italienischen Süssweine gross und preislich attraktiv ist.

News

Der «Teufelhof» betreibt neues Lokal in Basel

Raphael Wyniger, Inhaber und Geschäftsführer des Basler «Teufelhof», wird Betreiber des neuen Restaurants «1777 – Kulinarische Werkstatt». Die GGG Basel (Gesellschaft für das Gute und Gemeinnützige) hat ihm die Pacht vergeben. Das Lokal mit 60 Innen- und 50 Aussenplätzen an der Südseite des Schmiedenhofs eröffnet zusammen mit der neuen GGG Bibliothek im Frühling 2015. Konzept ist ein Café-Angebot mit moderner Wiener Kaffeehaus-Kultur.

Zürich Flughafen erhält World Travel Award



Flughafen Zürich AG

Zum bereits zehnten Mal in Folge ist der Flughafen Zürich zum führenden Flughafen in Europa gekürt worden. Für seine Kundenfreundlichkeit und weitere erfüllte Qualitätsstandards wurde er mit dem World Travel Award ausgezeichnet. Der Zürcher Airport hat sich laut Mitteilung der Flughafen Zürich AG gegen sieben Mitbewerber (Amsterdam, Barcelona, Hamburg, London Heathrow, Lissabon, München, Paris Charles de Gaulle) durchgesetzt.

Berlin mit Rekordzahlen fürs erste Halbjahr 2013

Die deutsche Hauptstadt Berlin ist für Gäste aus aller Welt so attraktiv wie nie zuvor. Im ersten Halbjahr kamen 5,3 Mio. Gäste in die deutsche Hauptstadt (+5% im Vergleich zum Vorjahr), wie das Amt für Statistik und die Marketinggesellschaft Visit Berlin mitteilen. Die Zahl der Übernachtungen stiegen um 9,2% auf 12,4 Millionen. Für das ganze Jahr 2013 rechnet man mit einem Besucherrekord von 26 Mio. Übernachtungen (2012: 24,6 Mio.), wie Bürgermeister Klaus Wowereit bei der Vorstellung der Halbjahresbilanz sagte.

ANZEIGE

Weinkarte Regelmässig erneuern, mehr «Empfehlungen» und klare Struktur

Was will ich mit meiner Weinkarte bezwecken?, fragte Toma Nikaj von Caratello Weine an seinem Workshop. Und gab sich die Antwort gleich selber: «Sie soll dem Gast nicht nur Informationen liefern und einen Überblick über das Weinangebot geben, sie sollte auch das Haus repräsentieren.»

Zu erreichen ist dies zwar einfach, aber: «Man sollte halt schon ein bisschen Zeit investieren», meinte Nikaj. Es versteht sich ja von selbst, dass die Weinbeschreibungen korrekt sind und die Liste das aktuelle Weinangebot enthält – man sollte den Hinweis «ausgetrunken» nicht zu oft

lesen müssen. Zu bekannten und teuren Weinen sollte man immer günstigere Alternativen haben. Und je umfangreicher die Weinkarte ist, desto wichtiger wird ein klarer Aufbau.

Dabei müsse man nicht unbedingt nach Ländern und Regionen strukturieren, es könnten auch Themen wie «Sommerweine», «Traubensorten», «Empfehlungen» oder «moderne» beziehungsweise «traditionelle Weine» Anklang finden. Und flexibel sollte man sein: «Es gibt so viele gute Weine, etwa einen Drittel der Karte sollte man immer wieder austauschen. Gerade für Stammgäste ist das wichtig», riet Toma Nikaj.



IHR MENU VERÄNDERT DIE WELT VON GRACE

Machen Sie mit und begeistern Sie mit Ihrem Engagement!
Anmeldung unter: www.maxhavelaar.ch/gastro



Paleo-Ernährung. Schweiz. Was in den USA schon länger ein Thema ist, hat auch die Schweiz erreicht: Steinzeit-Ernährung findet ihre Anhänger, und erste Schweizer Blogs und Bücher sind auf dem Markt.

Die Steinzeit auf dem Teller

Paleo-Anhänger verzichten auf Getreide-, Milchprodukte und Zucker, wie unsere Altsteinzeit-Vorfahren. Auch in der Schweiz nehmen die «Paleoliten» zu.

SABRINA GLANZMANN

Paleo-Essen? Wer jetzt vermutet, das sei die Verpflegung an den Ess-
Ständen am Musikfesti-
val in Nyon, der irrt. «Paleo», vom
englischen Fachbegriff für Alt-
steinzeit abgeleitet (siehe Box), ist
eine Ernährungsphilosophie. Ihre
Anhänger essen wie unsere Jäger-
und-Sammler-Vorfahren, mit der
Überzeugung, dass der menschi-
che Körper darauf genetisch am
besten eingestellt ist: Gegenüber
der Altsteinzeit von über 2 Mio.
Jahren Dauer werden die folgen-
den Zeitalter mit insgesamt rund
15 000 Jahren als zu kurz für eine
Anpassung des Organismus an
neue Nahrungsmittel angesehen.
Getreide- und Milchprodukte, Zu-

cker und alles industriell Ver-
arbeitete sind tabu und im Paleo-
Verständnis Treiber für
Zivilisationskrankheiten, die mit
dem veränderten Essverhalten
seit Ackerbau aufgetreten sind.
In den USA hatte Paleo schon
ab den 1990er-Jahren mit Ge-
sundheitswissenschaftler Loren
Cordain oder Biochemiker Robb
Wolf starke Verfechter, und neuere
US-«Paleoliten» wie Mary She-
noua, die für VIPs kocht, Bücher
schreibt und bloggt (paleoche-
f.com), sorgen aktuell für (mediale)
Aufmerksamkeit. Generell hat das
Informationsbedürfnis seit 2010
stetig zugenommen, wie aus der
Statistik von Google Trends her-
vorgeht; diesen Februar wurde

das bisher
höchste
Suchinte-
resse zu
«Paleo»
weltweit erreicht, was Google mit
der Maximalzahl 100 ausdrückt.

Schweizer Paleo-Blog mit 50 000 Views pro Monat

In der Schweiz ist Romy Dollé
überzeugte «Paleolit». Haupt-
beruflich im Wealth Management
einer Bank tätig, hat sie im
Dezember 2012 mit «Pure food,
pure training» einen Ratgeber als
eBook und in Printform produ-
ziert und verlegt. Darin beschreibt
sie ihre Erfahrungen mit Paleo-Er-
nährung zusammen mit Bewe-

gung, Entspannung und Sozial-
leben. Sie ist zufrieden: 1000
Exemplare hat sie bereits verkauft.
Guter Nachfrage erfreuen sich
auch die «Paleo Gourmet Meals»,
die Dollé seit April
mit dem Catering-
Unternehmen
«Freunde am Ko-
chen» vertreibt
und über 100 feste
Abonnenten hat –
«Tendenz stei-
gend», sagt Ge-
schäftsführerin
Isabelle Rottmann.

Seit drei Jahren
lebt Romy Dollé
mit Sohn und
Mann, dem Ex-
Profilathleten
und Fitnessun-
ternehmer Dave Dol-
lé, nach den Paleo-
Grundsätzen. «40
Prozent hochwer-
tiges Fett etwa aus Avocado oder
Kokosöl, 30 Prozent Kohlenhydrate
aus Gemüse und Früchten und
30 Prozent Protein aus Fleisch,
Fisch, Meeresfrüchten oder Eiern
ist nicht unausgewogen», hält sie
den Kritiken entgegen, die Paleo
als zu fleisch- und fettlastig be-
schreiben. Bei beidem, Fett und
Fleisch, sei die Qualität im Zent-
rum. So bezieht sie etwa ganze
grasgefütterte Rinder vom Bio-
Bauernhof.

«Paleoliten sind sehr fokussiert
darauf, ob die Tiere grasgefüttert
und in natürlicher Umgebung auf-
gezogen wurden», sagt auch Lisa
Broccoli. Die Amerikanerin lebt
seit 16 Jahren in der Schweiz und
betreibt die Website und den Blog
swisspaleo.ch. Ihre Infos, Rezepte
und Einkaufstipps sind beliebt:
bis zu 50 000 Views hat sie pro Mo-

nat, und «die Zahl der Schweizer
Besucher wächst», sagt Broccoli.
Wie bewegt sie sich als Paleo-An-
hängerin in Hotellerie und Gast-
ronomie hierzulande? Wie auch
die Dollé seit April
mit dem Catering-
Unternehmen
«Freunde am Ko-
chen» vertreibt
und über 100 feste
Abonnenten hat –
«Tendenz stei-
gend», sagt Ge-
schäftsführerin
Isabelle Rottmann.

Romy Dollé in-
formiert sich die
ausgebildete
Krankenschwester
meistens vorher
über Menüs und
Angebote online.
Dass vermehrt auf
Regionalität und
Saisonalität ge-
setzt wird, ent-
spreche dem Paleo-Gedanken
optimal. «Manch-
mal sind Früh-
stücksbuffets für
uns aber schwie-
rig, da sie getrei-
de-, brot- und
müeslilastig sind.
Kürzlich wählten
wir ein Hotel in Zermatt, weil es
Fleisch und Eier zum Frühstück
bietet», sagt Lisa Broccoli.

**Kritik: keine wissenschaftlichen
Langzeitstudien zu Paleo**
Die Kritik an Paleo – nebst man-
gelnden wissenschaftlichen Be-
legen etwa, was unsere Vorfahren
eigentlich genau gegessen haben
– betrifft oft auch folgenden
Punkt: «Bisher gibt es keine fun-
dierten wissenschaftlichen Lan-
gezeitstudien zu dieser Ernährungs-
weise und ihren gesundheitlichen
Auswirkungen, anders als etwa
bei der sogenannten Mittelmeer-
küche oder mediterranen Ernäh-
rung», sagt David Fähr, Präventiv-
mediziner an der Universität
Zürich. Stefanie Bürge vom
Schweizerischen Verband diplo-
mierter ErnährungsberaterInnen

(SVDE), sieht das «Verbot ganzer
Nahrungsmittelgruppen» als
einen der problematischsten
Punkte an Paleo, da dies Nähr-
stoffmängel nach sich ziehen
könne. «Positiv ist aber sicherlich
der umfangreiche Gemüse- und
Fruchtkonsum und der gänzliche
Verzicht auf Fertigprodukte», so
Bürge weiter. Dennoch: Die
Schweizerische Gesellschaft für
Ernährung (SGE) halte fest, dass
eine ausgewogene Ernährung ab-
wechslungsreich zusammenge-
setzt ist und alle Ernährungsgrup-
pen berücksichtige. «Dies
gewährleistet eine bedarfsgerechte
Ernährung», so Stefanie Bürge
vom SVDE.

Interview mit Lisa Broccoli von
swisspaleo.ch auf www.htr.ch/paleo

In Kürze Essen wie damals bei den Höhlenmenschen

Die Steinzeiternährung
orientiert sich am vermuteten
Essen im Paläolithikum (engl.
Paleolithic, Fachausdruck für
die Altsteinzeit von vor 2,5 Mio.
bis vor 10 000 Jahren). Sie
basiert auf der Annahme, dass
der Mensch sich genetisch
nicht an moderne Zivilisations-
kost angepasst hat und setzt
deshalb auf Nahrungsmittel,
die vor Beginn von Ackerbau
und Viehzucht auf dem
Speiseplan standen – vor allem
auf Fleisch, Fisch, Meeres-
früchte, Eier, Gemüse, Früchte,
Kräuter, Pilze und Nüsse.

www.swisspaleo.ch
www.pure-food-pure-training.ch

ANZEIGE

Herzliche Gratulation!



Diplomierte der Hotel-Tourismus-Handelsschule
hotelleriesuisse Minerva Luzern 2013

Diplomfeier vom 5. Juli 2013

Ayachi Anis Artur, City Hotel Ochsen, Zug
Beeler Monika, Hotel Löwen am See, Zug
Ferraro Michele, Novotel Zürich Airport Messe
Ferreira e Silva Jessica, Swiss Holiday Park, Morschach
Holleman Alexandra, Sporthotel Valsana, Arosa
Käppeli Liane, Seminarhotel am Ägerisee, Unterägeri
Marti Florence, Hotel Luzernerhof, Luzern
Marti Noah Jan, Hotel Radisson BLU, Luzern
Morf Svenja, Hotel Scheuble, Zürich
Moussallem Jomana Joy, Hotel de la Paix/Ambassador, LU
Müller Tanja, Grand Swiss Hotel, Giswil
Panzeri Vincent, Hotel Astoria, Luzern
Rothenfluh Julia, Parkhotel Bellevue & Spa, Adelboden
Schneider Joy Alexandra, Hotel Lenkerhof, Lenk
Schnüriger Silvana, Hotel Waldstätterhof, Luzern

hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.
Monbijoustrasse 130
Postfach
CH-3001 Bern
Telefon +41 31 370 41 11
Telefax +41 31 370 44 44
welcome@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch

Bildungspartner von hotelleriesuisse:
MINERVA
Eine Schule der Kantonalen Bildungsgemeinschaft

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Hotel-Tourismus-Handelsschule

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Resortleitung:
aktuell: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldara/aca

fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb, Franziska
Egli/fee, Theres Lagler Berger/tl,
Gudrun Schlenker/gsg
Praktikum: vakant
Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg,
Andrea Husstein/ah, Daniel Stein/sste
Korrektur: Paul le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Allesch/hpa
Praktikum: Artresha Velji/av
Koordination: Daniel Stein

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hännli
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Artresha Velji/av
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller,

Michael Müller,
hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Belgaubt 2012, verkaufte
Auflage: 9031; Gratisauflage: 940.
Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.–,
ISSN: 1424-0440

Kontakte

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

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

Paleo-Ernährung. Das Konzept. In Berlin lässt sich's wie die Jäger und Sammler essen: Das Restaurant Sauvage in Neukölln bietet eine naturbelassene Küche in gemütlichem, «Fred-Feuerstein»-freiem Ambiente.

In der Höhle der wilden Geniesser

Bei Kerzenlicht essen wie die Vorfahren: das «Sauvage» in Berlin-Neukölln.
Bilder: zvg



Das «Sauvage» in Berlin hat als erstes Restaurant in Europa ganz auf Steinzeit-Küche gesetzt. Mit Erfolg: Jetzt eröffnen die Betreiber ihr zweites Lokal mit 120 Plätzen.

SABRINA GLANZMANN

Momentan spürt er vor allem von einem Berliner Kiez zum nächsten: Boris Leite-Poço eröffnet in diesen Tagen das zweite Restaurant in der deutschen Hauptstadt, das sich ganz der paläolithischen, also der sogenannten Altsteinzeit-Küche verschrieben hat (siehe auch Text auf der linken Seite). Damit will der Gastronom künftig auch im Prenzlauer Berg bieten, was es seit Mai 2011 im «Sauvage» in Neukölln gibt: Essen, wie es die Menschen vor Aufkommen des Ackerbaus getan haben. Gerichte ganz ohne Getreide- und Milchprodukte, ohne Hülsenfrüchte und Zucker, dafür mit Gemüse, Fleisch, Fisch, Eiern, Nüssen, Samen und Kräutern als Grundzutaten.

Mit dem Schritt zur Expansion will das «Sauvage»-Team der grossen Nachfrage gerecht werden, die laut Boris Leite-Poço gerade in den letzten Monaten noch angezogen habe – die Kapazität des Lokals mit seinen 35 Innen- und 20 Aussenplätzen konnte diese immer weniger bedienen. Der zweite Standort wird nun mit 80 Innen- und 40 Aussenplätzen und mit 20 Mitarbeitenden doppelt so gross. «Uns war zu Beginn selbst nicht bewusst, welches Potenzial Paläo-Küche als Konzept hat», sagt der 29-Jährige. Zusammen mit seinem Partner Rodrigo Leite-Poço ist er Gründer und Geschäftsführer des Betriebs.

Von der eigenen Krankengeschichte zum Restaurant

Auch wenn der Markt für besondere, spezifische Konzepte im deutschsprachigen Raum in der

pulsierenden Metropole Berlin wohl stärker vorhanden ist als anderswo (allein 200 vegane Restaurants führt zum Beispiel die Website berlin-vegan.de auf): 2011 war es auch für Berlin ein etwas kurioses Novum, laut Leite-Poço gar ein gesamteuropäisches, auf ein professionelles Gastroangebot ganz nach «Paläo» (englisch «Paleo») zu setzen.

Dahinter steht die persönliche Krankengeschichte von Boris Leite-Poços, der seit seiner Kindheit mit diversen gesundheitlichen

Problemen wie Allergien, Asthma oder Hautproblemen kämpfen musste. «Ich hatte alle möglichen Ernährungsweisen ausprobiert, um das zu ändern, leider erfolglos. Als ich vor vier Jahren online auf Paleo stiess, dachte ich, ich habe nichts zu verlieren. Nach nur drei Wochen Paleo-Ernährung sei er beschwerdefrei gewesen.

Was ein wenig nach esoterischem Aha-Erlebnis klingt, war für den 29-Jährigen die Initialzündung «für eine massiv bessere Lebensqualität, etwas, das ich seit zehn Jahren suchte», wie er ganz ohne missionarischen Unterton sagt. «Es war das, was für mich funktionierte und für mich bis heute plausibel ist: Was unseren genetischen Vorfahren gutge-

tan hat, ist auch für uns gut.» Die wiedergewonnene Lust am Kochen, am Essen, am Rezeptausfüllen wollte er darauf in ein Restaurant stecken, «ein impulsiver und naiver Gefühlsentscheid», formuliert es Boris Leite-Poço heute mit einem Lachen – Gastro-Erfahrung hatte er bis dahin vor allem als Küchenhilfe.

20000 Euro und sechs Monaten Renovationszeit brauchte es, um aus einem ehemaligen Massagesalon im Neukölln-Viertel das Restaurant Sauvage zu machen. Zwei Jahre später gehören neben dem Zweitbetrieb auch ein Catering und eine Kochschule dazu.

Allergiker und ernährungsbewusste Menschen als Gäste

«Zu uns kommen in erster Linie Leute, die offen und interessiert sind gegenüber gesunden, bewussten Ernährungsweisen und sich aktiv damit beschäftigen. Dass wir mit biologischen, saisonalen und regionalen Zutaten kochen, entspricht heute offensichtlich einem Bedürfnis, das nicht nur Paleo-Anhänger haben», sagt Boris Leite-Poço zur Gästestruktur. Diese bestehe denn auch nur etwa zu 10 Prozent aus Leuten, die im Alltag ganz nach Paleo leben. Wichtig sei zudem das grosse Segment der Allergiker, die im «Sauvage» alles komplett gluten- und lactosefrei bekommen. Anstatt Brot aus Getreide gibt es zum Beispiel Cracker und Gebäck aus Samen, Gemüse und Nussmehl.

Bei allen Gerichten kommen wo immer möglich Wildvarianten zum Zug. «Wildgemüse und Wildkräuter sind herber und etwas bitter, das ist sehr spannend zum Experimentieren», sagt der «Sauvage»-Geschäftsführer. Das Fleisch stammt kompromisslos von Wild- und Weidehaltungstieren. Was die Zubereitung und die

Methodik betrifft, sind etwa Fermentierung oder Trocknung als schonende, Nährstoff erhaltende Gar- und Konservierungsmethode für das «Sauvage»-Küchenteam

zentral. «Und wir tüfteln natürlich immer weiter und weiter», sagt Boris Leite-Poço.

www.sauvageberlin.com



Ausschreibung/Mietersuche

Vermietung Räumlichkeiten «Dreiländereck»

Die Schweizerischen Rheinhäfen in Basel führen im Rahmen einer städtebaulichen Gesamterweiterung ihre Arealen rund um den Hafen ab 2020 neuen Nutzungen zu.

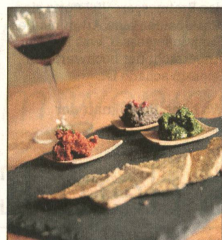
Für das ehemalige Restaurant Dreiländereck wird ab 2014 eine geeignete Nutzung gesucht. Denkbar sind Konzepte in den Bereichen Anlässe und Bankette, Events und Kultur sowie Bildung und Seminare. Gesucht wird eine Nutzung mit öffentlichem Charakter, welche den Standort in den kommenden Jahren angemessen belebt.

Die Liegenschaft bietet an einem spektakulären Standort eine grossflächige Infrastruktur auf zirka 450 Quadratmetern, inklusive Cateringraum, und nahe gelegene Parkplätze.

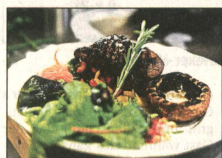
Die Ausschreibung richtet sich an **qualifizierte Caterer oder Event- und Kulturveranstalter**. Diese profitieren von fairen Mietbedingungen.

Die Ausschreibungsdokumentation ist erhältlich bei den Beauftragten für die Vermietung:

volkartundrichard ag
Unternehmens- und Projektentwicklung
in der Hotellerie und Gastronomie
Andreas Richard, St. Niklausstrasse 22, 4500 Solothurn
richard@volkartundrichard.ch, www.volkartundrichard.ch



Wurzelgemüse- und Zwiebelcracker, Tomaten-, Wildkräuterpesto und Oliventapenade.



Charolais-Filet grasgefüttert, Champignon gegrillt, Wildkräuter, Dalkon-Rettich fermentiert.



Wildschwein auf Karotten-Cracker, eingelegte Wassermelone, Thymian.



Mandelkrusten-Quiche mit Pepperoni, Lachs und Baba Ganoush.



eezy tool
Gastro - Buchhaltung Online - seit 1990
Schweizer Buchhaltungs-Software
& Dienstleistungen
www.eezytool.ch

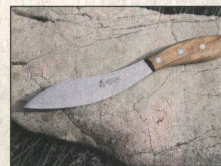


Santoku-Messer von Kai, Tokio: Shun-Profikochmesser aus rostfreiem Damaszener-Stahl mit 32 Lagen geschmiedet.

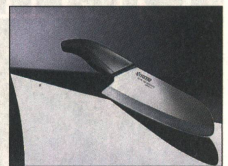
Bilder: Zvg



Damaststahlmesser mit Griff aus Fasseichenholz von Güde.



Parmesan-Messer «Parmoulin» mit Olivengriff von Windmühle.



Santoku Japan Serie Black: Keramikmesser von Kyocera.

Scharf. Hochwertig. Vielseitig einsetzbar.

Sie zählt die Schweizer Kochelite zu ihren Kunden und stattet namhafte Kochevents mit Messern aus: die Firma Ceco. CEO Michael Bach über Köche und ihr Schneidewerkzeug.

FRANZISKA EGLI

Michael Bach, kann man sagen «Zeig mir dein Messer, und ich sage dir, was für ein Koch du bist»?

Wir beobachten vor allem zwei Dinge: Es gibt Köche, die das Messer nur als reines Werkzeug betrachten. Für das Gros der Köche jedoch ist das Messer nicht einfach ein Werkzeug. Es ist ein Präzisionsinstrument und täglicher Begleiter. Dabei setzen die einen auf handwerkliche Fertigung, andere auf die Haptik, wieder andere auf Perfektion im Schnitt. Die Messerauswahl ist sehr persönlich, die Pflege und das Schärfeniveau sagen jedoch viel über den Koch aus.

Was ist anders als früher?

Der Koch von heute besitzt wenige Messer, dafür solche von hervorragender Qualität. Die Basis bildet das Kochmesser oder heute vermehrt das Santoku, die japanische Kochmesserform, welche etwas kürzer ist und mehr Handlichkeit bietet. Daneben besitzt er

vielleicht noch drei, vier Spezialmesser, aber nicht mehr, wie einst üblich, ein Messerkoffer mit 15 Stück. Überhaupt steigen heute viele Jungköche auf einem sehr hohen Messer-niveau ein. Wir beobachten, dass Lehrlinge heute oftmals die besten Messer besitzen.

Ivo Adam, Benoît Violier, Torsten Götz: Es fällt auf, dass viele Schweizer Spitzenköche die Damastmesser der japanischen Manufaktur Kai bevorzugen. Warum? Weil ihre Damastklingen ganz dünn ausgeschliffen werden können und sie bezüglich Schärfe und Schnittfähigkeit unübertroffen sind. Die Speise wird nicht gequetscht beim Schneiden, sondern sauber geschnitten. Das gibt ein ganz anderes Schneid-Erlebnis und beschert den Köchen auch ganz andere Möglichkeiten und viel mehr Präzision.

Molekularkoch Rolf Caviezel hingegen setzt auf die japani-

schen Keramik-Messer von Kyocera, Andrea Caminada auf die deutsche Firma Güde.

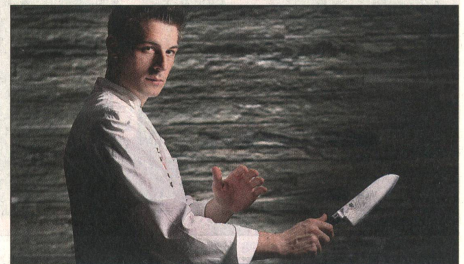
Die Wahl des Messers hängt von der persönlichen Philosophie ab. Caminada bringt im Oktober seine eigene Messer-serie auf den Markt. Da er handwerkliche Produkte schätzt und ausschliesslich auf regionale Produkte setzt, entstanden Messer aus einem Stück Stahl, von Hand verfeinert und geschliffen, und die Walnuss-holzgriffe aus dem Prättigau verleihen dem Produkt eine schöne Haptik. Das Resultat ist kein reines geschmiedetes Messer, sondern eines, das herkömmliches Handwerk mit modernster Schnitttechnik und Handlichkeit vereint. Anders die Messer von Kyocera, die aus Hightech-Keramik sind, mit Leichtigkeit und Geschmacksneutralität überzeugen und

hervorragend zu Molekularköchen wie Caviezel passen.

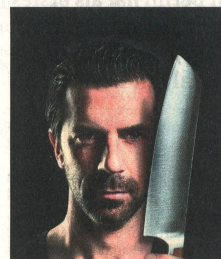
Seit geraumer Zeit ist die japanische Messerkultur sehr verbreitet. Ihre Erklärung? Das hohe Niveau der Messer-schneidetechnik, welche auch bei den Samuraischwertern zum Einsatz kam und ein unvergleichliches Schärfeniveau erreicht hat. Auf der anderen Seite ist es aber auch die japanische Küche mit ihren Frischeprodukten und feinsten Verzierungen. Hier sind das Messer und die Schärfe von zentraler Bedeutung.

Welchen Stellenwert genießt das Besteckmesser?

Das ist ein Bereich, der zuweilen unterschätzt wird. Zum Beispiel das Steakmesser, das



In Ivo Adams Küchen und Restaurants sind Kai-Messer im Einsatz.



Andrea Caminada lanciert die Serie «Caminada Messer».

nach wie vor meist mit Zacken ausgerüstet ist. Wir empfehlen eine glatte Klinge, die das Fleisch wie eine Rasierklinge und ohne Flüssigkeitsverlust schneidet, statt es zu zerreissen. Oder das Käse- wie auch das Brotmesser: Vielerorts sind diese beiden eine Art günstiges Funktionsmesser, was in Anbetracht der hochwertigen Speisen schade ist.

Wo liegt die Zukunft der Messer?

Info Partner von Edelschmieden und Wettbewerben

Ceco mit Sitz in Biel ist Distributionspartner für diverse Edelschmieden sowie Partner der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft, Ausrüster der Kochnationalmannschaft, Sponsor des Lehrlingskochwettbewerbs gusto, Bocuse d'Or und Goldener Koch von Kadi.

www.welt-der-messer.ch

Caminadas Projekt hat uns sehr gefallen, diese Mischung aus Regionalität, Handwerk und höchster Schneidetechnik. Wir hegen Ideen, die Zusammenarbeit mit Schweizer Messerschmieden auszubauen – und wollen auch Ideen aus anderen Ländern einfließen lassen: Die italienische Manufaktur Del Ben etwa hat das Champagnermesser neu lanciert. Kurz: Solange es Food- und Ess-Trends gibt, so lange ist auch das Thema Messer nicht abgeschlossen.



Der Spezialist für Profi-Messer: Michael Bach, CEO der Bieler Firma Ceco.

Andreas Lampert betreibt eine kleine Schmiede, wo schon Messer für Stefan Wiesner und Albi von Felten entstanden sind.

Hier wird noch nach uralter, herkömmlicher Manier gearbeitet: in der Fuschnada Guarda, der kleinen Kunst- und Bauschmiede von Andreas Lampert in Guarda im Engadin. Seit 2002 widmet sich der gebürtige Basler der Schmie-



Hochwertig und eigenwillig: das «Hexer-Messer».

Zvg

de- und Metallgestaltung, darunter auch der Entstehung von Messern. Edle Schneidewerkzeuge kreiert er, vom Jagd- bis zum Wiegemesser, aber auch Messer in Zusammenarbeit mit Gastronomen: Mit Stefan Wiesner vom Gasthof Rössli in Escholzmatz

entstanden etwa das «Hexer's Gourmet-Messer» mit Eichengriff und Rillenschliff, das der Gast während des ganzen Gourmet-Menüs benutzt, sowie das «Hexer-Messer» mit Lärchengriff, welches man bei Wiesner wie auch bei Lampert erstehen

kann. Mit Albi von Felten vom Hotel Hirschen in Erlinsbach kreierte Lampert das Alp-Sbrinzmesser, mit dem Scuoler Trockenfleischspezialisten Ludwid Hateck ein Fleischmesser und in Zusammenarbeit mit dem Hotel Meisser in Guarda das Salsiz-Messer. Auch wenn die Herstellung von Messern, so schätzt der gelernte Metallbauschlosser, nur etwa 5 Prozent des Umsatzes ausmache: «Es ist ein toller Weg, den Menschen das Schmiedehandwerk näherzubringen.» fee

www.lampert-guarda.ch

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. 36 · 5. September 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



GRAFILU

MEDIATION AM ARBEITSPLATZ

Auseinandersetzungen am Arbeitsplatz sind belastend und wirken sich auf das gesamte berufliche und private Umfeld aus. An der Réception herrscht dicke Luft. Schon wieder. Die teaminternen Grabenkämpfe sind unerträglich. Noch merken die Gäste nichts davon. Noch. Im Team arbeiten ausgezeichnete Frontoffice-Spezialistinnen. Als Vorgesetzter wollen Sie diese unbedingt im Unternehmen halten. Deshalb haben Sie sich intensiv um eine Einigung bemüht, Gespräche geführt und Regeln für die Zusammenarbeit erstellt. Gebracht hat das wenig bis nichts.

Mediation bricht Fronten auf

Scheitern alle internen Bemühungen, könnte womöglich eine Mediation die verhärteten Fronten aufbrechen. Eine Mediation ist ein Verfahren zur Beilegung von Konflikten, das von einer externen Fachperson begleitet wird. Der Mediator leitet die Gespräche und unterstützt die Parteien dabei, eine langfristig tragfähige und von allen akzeptierte Lösung zu finden. Der Mediator ergreift weder Partei noch nimmt er Einfluss auf die Diskussion: Die Beteiligten legen selber fest, wie sie ihre Differenzen bereinigen wollen. Damit übernehmen sie Verantwortung für die weitere Zusammenarbeit und schaffen eine solide Basis für die Zukunft.

Mediation im beruflichen Umfeld

Grundsätzlich beruht die Mediation auf dem Prinzip der Freiwilligkeit. In unserem Beispiel könnte der Vorgesetzte seinen Mitarbeitenden eine Mediation vorschlagen. Aber auch

die Betroffenen könnten eine Mediation anregen. An den vertraulichen Gesprächen nehmen nur die Konfliktparteien teil. Deshalb erhalten die Vorgesetzten in der Regel keine Informationen über deren Inhalt. Die erste Sitzung dient zur Klärung, ob eine Mediation im konkreten Fall zum Erfolg führen kann. Ausserdem erläutert der Mediator den Ablauf und die Spielregeln. In der letzten Sitzung unterzeichnen die Beteiligten eine Vereinbarung, in der sie die getroffenen Abmachungen und die gemeinsamen Lösungen festhalten. Dazwischen liegen manchmal zwei, manchmal fünf, manchmal zehn Sitzungen. Im beruflichen Umfeld gibt es viele Situationen, in denen eine Mediation sinnvoll ist. Dazu gehören neben innerbetrieblichen Spannungen zum Beispiel Konflikte unter touristischen Leistungsträgern innerhalb einer Destination, Streitigkeiten im Zuge von Nachfolgeregelungen, Auseinandersetzungen um Bauprojekte, Nutzungsrechte oder Besitzverhältnisse. Die grosse Stärke der Mediation: Im Gegensatz zu einem Gerichtsverfahren oder einem Vorgesetztenentscheid kennt die Mediation weder Gewinner noch Verlierer. Die Konfliktparteien begegnen sich auf Augenhöhe und können sich nach einer erfolgreichen Mediation wieder mit Respekt begegnen.



Nora Fehr
eidg. dipl. PR-Beraterin
Dr. Schenker Kommunikation AG

ZITAT
DER WOCHE

«Die Leute,
die nie Zeit haben,
tun am wenigsten»

Benjamin Franklin

AGENDA

18. SEPTEMBER

«ECDL-Start-Kurs», vom
Berufsverband Hotel - Admini-
stration - Management, im Ausbil-
dungszentrum SBV, in Sursee
www.hotelgastrounion.ch

7. OKTOBER

«Reception@hotelleriesuisse -
Modul 1»,
von hotelleriesuisse, im Seminar-
hotel Sempachersee, in Nottwil
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

22. OKTOBER

«Lern- und Leistungsdocu-
mentation», vom
Schweizer Kochverband,
im PUK, in Zürich
www.hotelgastrounion.ch

19. SEPTEMBER

«Reinigung von textilen und
Hartbodenbelägen im Beherber-
gungsbereich», vom Berufsver-
band Hotellerie-Hauswirtschaft,
im Wädenswiler Bildungszentrum,
in Wädenswil
www.hotelgastrounion.ch

16. OKTOBER

«Start Nachdiplomstudium HF
Hotelmanagement»,
von hotelleriesuisse,
im SolbadHotel, in Sigriswil
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

16. NOVEMBER

«Jubiläumsfeier IST/EIT»,
von hotelleriesuisse,
in Zürich und Lausanne
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

stars&hotels
Swiss Hotel Film Award

*You are
welcome!*



WWW.SWISSHOTELFILMAWARD.CH

ARBEITSSICHERHEIT

In der Bäckerbranche gibt es 71 Unfälle auf 1.000 Beschäftigte (1995–2005). Rund 750 Berufsunfälle pro Jahr verursachen Kosten von sieben Millionen Franken. Im Gastgewerbe sind es 13.000 Betriebsunfälle, die 41 Millionen Franken kosten. Erfreulich ist, dass die Zahl der Unfälle sinkt. «Profil» gibt wöchentlich Tipps.

Fluchtwege**Gefährdung:**

Mitarbeitende und Kunden sind gefährdet, wenn die Fluchtwege nicht freigehalten werden

Mögliche Sicherung:

- Notausgänge müssen von innen jederzeit ungehindert begehbar sein
- In Fluchtrichtung öffnende Flügeltüren vorsehen
- Fluchtwege mit Notleuchten oder nachtleuchtenden Schildern markieren
- Keine Waren in Fluchtwegen lagern
- In Untergeschossen müssen in der Regel mindestens zwei Fluchtmöglichkeiten vorhanden sein

Die Tipps stammen aus der Broschüre «Unfall – kein Zufall» fürs Bäcker-, Konditorei- und Confiserie-gewerbe, herausgegeben von der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS. Die Broschüre kann gratis heruntergeladen werden unter: www.ekas.admin.ch

GUTE CHEFS SORGEN FÜR GESUNDE ARBEITSPLÄTZE

In der Schweiz leidet fast die Hälfte aller Mitarbeitenden unter einer grossen psychischen und nervlichen Belastung am Arbeitsplatz. Der Arbeitgeber sollte schon vor einem Burnout der Mitarbeiter etwas dagegen tun.

Die Chefs sind gesetzlich dazu verpflichtet, alle Massnahmen zur Erhaltung der Gesundheit ihrer Belegschaft zu treffen, die technisch möglich und wirtschaftlich verkraftbar sind. Doch gute Chefs treffen diese Massnahmen nicht, weil sie von Gesetzes wegen müssen, sondern weil ihnen das Wohl der Mitarbeitenden am Herzen liegt, und weil es auch in ihrem Interesse ist. Denn zufriedene und gesunde Mitarbeitende sind ihr Kapital. Es gibt weniger krankheitsbedingte Ausfälle und die Mitarbeitenden leisten mehr und sorgen längerfristig für mehr Erfolg. Deshalb tut ein guter Chef alles, damit die Mitarbeitenden eine gesunde Umgebung haben.

LÄRM KANN KRANK MACHEN

Lärm, der die Gesundheit gefährdet, gibt es natürlich auch im Gastgewerbe. Seien es überlaute Gäste oder die Musik. Die Suva hat für Arbeitsplätze einen Lärm-Grenzwert von 85 Dezibel festgelegt. Übersteigt der Lärmpegel in einem Betrieb diese Grenze während 2.000 Stunden pro Jahr, ist das Tragen von Gehörschutzmitteln obligatorisch. Der Chef muss geeignete Gehörschutzmittel kostenlos zur Verfügung stellen.

TAGESLICHT

Das Gesetz schreibt vor, dass in Arbeitsräumen Tageslicht vorhanden sein muss. An Arbeitsplätzen, wo sich die Mitarbeitende 2,5 Tage pro

Woche aufhalten, muss sogar die Sicht ins Freie gewährleistet sein. Das dient dem körperlichen und seelischen Wohlbefinden der Mitarbeitenden. Ein Blick aus dem Fenster sorgt zudem für Entspannung und Erholung. Doch längst nicht überall sind Arbeitsräume mit Sicht ins Freie Standard. Das Gesetz erlaubt auch Ausnahmen. In Räumen ohne Tageslicht muss der Chef in anderer Weise fürs Wohlbefinden der Mitarbeitenden sorgen: zum Beispiel mit hellen Farben, einer optimalen Beleuchtung und zusätzlichen Pausen in einem Raum mit Sicht ins Freie.

GUTE LUFT

Arbeitsplätze müssen laut Arbeitsgesetz durch Fenster oder durch eine Lüftungsanlage ohne Zugluft ausreichend belüftet werden können. In Betrieben, in denen Dämpfe, Rauch und dergleichen entstehen, müssen diese Verunreinigungen so nahe an der Quelle wie möglich wirksam abgesaugt werden.

SEPARATE RÄUME FÜR RAUCHER UND NICHTRAUCHER

Gesamtschweizerisch gibt es heute ein grundsätzliches Rauchverbot in Restaurants. Ausnahmen sind Raucherbeizen und Fumoirs. In Gastküchen ist das Rauchen nach dem Lebensmittelgesetz auch verboten. Falls Mitarbeitende in einem Aufenthaltsraum rauchen dürfen, muss es einen zweiten für die Nichtraucherinnen und Nichtraucher geben. Mario Gsell

BUCHTIPP

ERFOLGREICHE STRATEGIE FÜR GEDÄCHTNISTRAINING

Geht es Ihnen auch so, dass Sie den Namen eines Stammgastes vergessen haben? Das ist natürlich unvorteilhaft. Denn nichts schätzt ein Gast mehr, als dass er wiedererkannt wird. Mit «Best of Geisselhart» nutzen Sie endlich Ihr gesamtes Gedächtnispotenzial. Ob Sie nun 15 Namen und Gesichter in drei Minuten behalten wollen oder 100 Vokabeln in einer Stunde – ob Sie Reden und Vorträge ohne Spickzettel halten, sich To-do-Listen oder Verhandlungsargumente merken möchten, Prüfungen erfolgreich meistern oder Ihren Kindern beim Lernen helfen wollen: Die Geisselhart-Methode ermöglicht es Ihnen, sich alles, wirklich alles, was Sie sich merken möchten, schnell, sicher, dauerhaft und noch mit Spass zu merken. Und nebenbei steigern Sie Ihre Konzentration und Kreativität. Die beiden Autoren führen seit Jahren Gedächtnistrainingsseminare für Firmen durch. Oliver Geisselhart ist laut ZDF Deutschlands Gedächtnistrainer Nummer eins und erhielt schon im Jahr 2000 den Titel «Gedächtnistrainer des Jahres».



«Best of Geisselhart»

Orell Füssli Verlag
von Oliver und
Roland R. Geisselhart
ISBN
978-3-280-05488-8
CHF 19.90

AUS- UND WEITERBILDUNG

Das Intensivseminar

GASTRO SUISSE

NEU
Der Schweizer Spirituosen-Sommelier®
Die Welt der Edelbrände kennen, verstehen und verkaufen können.
Mit international anerkanntem Zertifikat WSET® Level 2

Termin:
Donnerstag, 11. Oktober 2013

Weitere Informationen:
GastroSuisse
Bühnenstrasse 20, 8002 Zürich
Tel. 044 31 1 111, www.gastrouisse.ch

25384-9683

Séminaire intensif

GASTRO SUISSE

Sommelier suisse de la bière®
La découverte, la dégustation et la présentation attractive de la bière

Format des cours:
en emploi, un jour par semaine
Début de la formation: Lundi 7 octobre 2013

Pour plus d'informations:
GastroSuisse
Av. Général-Gassan 42, 1009 Pully
Tel. 021 721 08 30, www.gastrouisse.ch

27671-10293

GASTRO SUISSE
Für Hotellerie und Restauration**G3**

Gastro-Unternehmerausbildung
in drei Stufen, Berufsbegleitend.

Gastro-Unternehmerseminar mit eidg. Diplom

unternehmerisch denken
unternehmerisch entscheiden
unternehmerisch handeln
von der Vision bis zur Umsetzung

Nächste Session: 12. Januar 2014 in Bern und
20. Januar 2014 in Zürich, jetzt anmelden
L-GAV-Ausbildungsunterstützung von CHF 5'000.-

Weitere Informationen:
GastroSuisse
Gastro-Unternehmerausbildung
Bühnenstrasse 20, 8002 Zürich
Tel. 044 377 82 23, weiterbildung@gastrouisse.ch
www.gastrouisse.ch

27776-10336

KADER

GRAND CASINO LUZERN

www.grandcasinoluzern.ch

F&B Direktor (m/w)

Profi-Gastronom – Unternehmer – Visionär mit Bodenhaftung – mit Blick für Möglichkeiten – mit Ideen – mit Zielen: Gäste glücklich machen und damit Erfolg haben.

Unsere Auftraggeberin, die Grand Casino Luzern-Gruppe, betreibt eines der schönsten Casinos der Schweiz direkt an der Luzerner Seebucht. Unter dem Dach des Grand Casino Luzern vereint sich ein vielfältiges Gastronomie- und Unterhaltungsangebot und lässt nicht nur die Herzen von Liebhabern des Spiels höher schlagen, sondern auch von Gourmets, Kulturgeisterten und Partygängern. Das attraktive Haus hat sich national und international sehr gut etabliert und beschäftigt rund 200 Mitarbeitende. Wir sind nun beauftragt einen fachlich und menschlich erfahrenen

zu suchen. In dieser vielseitigen Position sind Sie vor allem für die Leitung aller gastronomischen Bereiche im Grand Casino Luzern verantwortlich. Ein à la carte Restaurant mit 15 Gault Millau Punkten, einen Eventbereich/Club, 3 Bars und ein Seecafé im Sommer, unterliegen Ihren operativen und planerischen Fähigkeiten. Sie sorgen dafür, dass der Einkauf, das Lagerwesen und das F&B-Controlling optimal funktionieren und auch der Bereich Housekeeping und Garderobe mit hohem Qualitätsanspruch umgesetzt werden. Zusammen mit Ihrem Team von rund 60 Mitarbeitenden, das Sie mit Herzblut, Leichtigkeit und Professionalität coachen, unterstützen, Ziele setzen und Aufgaben, Kompetenzen sowie Verantwortung übergeben, sorgen Sie für einzigartige Dienstleistungen, unvergessliche Erlebnisse und verlieren die Wirtschaftlichkeit nie aus den Augen. Eine umfassende Managementaufgabe, die Sie voll und ganz fordern wird.

Sie kennen die Gastronomie von Grund auf: Hotelfachschule, vielfältige Erfahrungen als Gastgeber, Weiterbildung in Betriebswirtschaft und/oder Management, Berufserfahrung und Führungsverantwortung in ähnlicher Position, erfolgreiche Umsetzung im Event-Management. Ihr eigentliches Erfolgsrezept jedoch ist Ihre Leidenschaft, Ihre Souveränität gepaart mit strukturiertem Arbeiten und die notwendige Zahlenorientierung: Sie gewinnen Menschen, um gemeinsam das Aussergewöhnliche zu leisten. Stellenantritt 1. Januar 2014.

Wir freuen uns auf Ihre elektronische Bewerbung mit Foto.

Kontakt: Corinne Häggi
Jörg Lienert

Jörg Lienert AG
Hirschmattstrasse 15, Postfach
CH-6002 Luzern
Telefon 041 227 80 30
luzern@joerg-lienert.ch

JÖRG LIENERT
SELEKTION VON FACH-
UND FÜHRUNGSKRÄFTEN



27786-10327

Eines der renommiertesten Restaurants an einzigartiger Lage in Zürich

Das kulinarische Angebot geht in Richtung marktforschend, à la minute zubereitet, innovativ sowie einer dem Zeitpunkt entsprechenden Kombination aus moderner französischer Küche und attraktiven Gerichten der Schweizer Küche. Verbunden mit saisonalen und regionalen Spezialitäten, Klassikern und mediterranen Einflüssen ergibt sich eine **einzigartige Vielfalt**. Das gut eingespielte Management-Team wird mit Ihnen zusammen das Unternehmen gemeinsam weiterbringen und mit umsichtiger Planung fit halten für höchste gastronomische Performance und herausragender Qualität.

Traumjob für Head Chefs mit dem **Auge fürs Detail**, die gerne selber Hand mit anlegen wollen; ja sogar müssen. Die mit dem herausfordernden Mix aus à la carte-Gerichten, sehr gut laufendem Bankett-Geschäft, stark wachsendem Catering und Produktion genauso gut umgehen können wie mit einer grösseren Anzahl Auszubildender, Praktikanten sowie regelmässig anwesenden Hotelfachschülern, die bei Ihnen ihr Handwerk erlernen. Dies im Umfeld eines bestbekannten Restaurants – ein stillvoller Traditionsbetrieb – und weiteren attraktiven F & B-Outlets.

Organisationsstarker Küchenchef w/m

mit besonderem für Flair für Aus- & Weiterbildung von Nachwuchskräften

Als starker Hands-on Chef de Cuisine werden Sie bei dieser spannenden Tätigkeit von je einem erfahrenen Abteilungs-Chef für die vier Bereiche à la carte, Bankett/Catering, Produktionsküche und Patisserie sowie weiteren zehn erfahrenen Köchen wirkungsvoll unterstützt. Dabei liegt Ihnen das Thema Aus- & Weiterbildung ebenso am Herzen wie der Wunsch Hand in Hand mit Ihrem Profiteam den exzellenten Ruf des Hauses durch 1A-Produkte und ausgesuchte Kostlichkeiten auch für die Zukunft zu sichern. Das Motto **«Mit Freude für Freunde kochen»** steht Ihnen nahe.

Fachlich versierte Küchenchefs, die in Spitzenzeiten mit mehr als 40 Leuten in der Küche die Übersicht behalten und die Auszubildenden zu begeistern vermag, informieren wir gerne über die Vorteile, die mit dieser **attraktiven Kaderposition** verbunden sind. Ein Abschluss als Gastronomiekoch oder eidg. dipl. Küchenchef ist für diese Tätigkeit sehr hilfreich. Der Eintrittstermin wird flexibel gehandhabt, z.B. auf Herbst oder Dezember, jedoch spätestens auf Mitte Januar. Wann hören wir von Ihnen? Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen. Idealerweise vorab CV/Foto via Mail senden oder anrufen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

27814-10358

Attraktives Komforthotel im Raum Zürich

Die spannende Leitungsfunktion dieses Kleinod mit Restaurants, weiteren attraktiven F & B-Outlets und Meeting-Facilities beinhaltet alle operativen Aufgaben eines Hands-on-Hotel Managers Typ Gastgeber. Hauptaugenmerk liegt dabei auf stärkerer Präsenz des Hauses im Markt mit dem Ziel die Auslastung weiter zu steigern. Verkaufsfair, Affinität zur New Media und Versiertheit mit Front-Office, Reservations, Events und Stärken im Bereich **Food & Beverage** bringen Sie mit.

Die harmonische Verbindung aus exzellentem Angebotsmix, 1A-Dienstleistungen, beeindruckender Infrastruktur und gelungene Kombination aus «Relax- & Geschäfts-Ambiente» bildet ein Alleinstellungsmerkmal. Gute Ausgangslage für jüngere **Gastro-/Hotelprofis**, die sich nahe beim Gast sehen, Guest Relation hoch einstufen, durch Ausstrahlung überzeugen, geplante Ausbauten gerne begleiten und dank geschickter Führung Ihrer Mitarbeitenden die Erreichung der wirtschaftlichen Ziele sichern.

Hotel Manager Typ Gastgeber w/m

Ein Gastgeber-Paar ist übrigens auch gerne gesehen!

Mit überzeugendem Auftritt und spürbarem Engagement begeistern Sie Team und Gäste gleichermaßen. Sie kommunizieren geschickt auf allen Ebenen, beherrschen die relevanten Online-Vertriebskanäle und haben wertvolle Führungspraxis in der CH-Hotellerie gesammelt. Mit solidem Gastronomie-Know-how unterstützen Sie die Front wirkungsvoll und verstehen sich als Teampartner. Von Vorteil sind Vertrautheit mit dem Wirtschaftsraum Zürich und ausgeprägter **Unternehmergeist**.

Sind Sie ambitioniert und wollen das mittelgrosse Unternehmen weiter entwickeln? Haben Sie den **Blick fürs Detail** und suchen eine ganzheitliche Herausforderung? Dann bieten wir Ihnen dazu die entsprechende Plattform. Auch starke Nachwuchskräfte, z.B. Vizedirektoren oder Resident Manager auf dem Sprung zur Geschäftsleitung sind willkommen. – Eintritt ab März/April 2014 bzw. nach Vereinbarung. – Fühlen Sie sich angesprochen? Dann CV/Foto via Mail senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf Sie!

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

27815-10358



WALDHOTEL NATIONAL
Arosa

Unser Direktor, der seit 14 Jahren mit hoher Kompetenz das Waldhotel National Arosa leitet, wird das Unternehmen per 30. April 2014 verlassen, um eine neue Aufgabe zu übernehmen.
Aus diesem Grund suchen wir per 1. März 2014 oder nach Vereinbarung seine/n Nachfolger/nachfolgerin als

Direktor/Direktorin

Das Waldhotel National Arosa, 4*plus Kategorie Hotellerie, zählt zu den ersten Adressen im Kanton Graubünden. Es versteht sich als Ort der aktiven Erholung, Begegnung und Weiterbildung für Familien, Einzelreisende und Seminaranteile. Das Waldhotel National wird nach klar strukturierten Richtlinien und Grundsätzen geführt. Der offene und gemeinschaftsfördernde Geist des Hauses wird durch ein motiviertes Team verstärkt.

Was erwartet Sie:

- Das Waldhotel National ist ein Zweisaisonbetrieb (Sommer- und Wintersaison) mit einer durchschnittlichen Öffnungszeit von 240 Tagen im Jahr.
- 128 Zimmer und Suiten, ein Gourmetrestaurant mit 32 Sitzplätzen und 15 Gault-Millau-Punkten, zwei Hotelrestaurants mit 240 Sitzplätzen, ein Fondue-Stübel mit 20 Sitzplätzen sowie weitere grosszügige Aufenthaltszonen und Bars mit 200 Sitzplätzen. Eine kleine Raucherzone und eine Sonnenterrasse runden das Angebot ab.
- Unser grosszügiges Seminarzentrum verfügt über eine moderne Infrastruktur für 180 Kongressteilnehmer.
- Eine Wellnesszone auf 1100 m² mit Hallenbad, 7 verschiedenen Saunen, Beauty- und Massagenwendungen, Fitnessraum.
- Eine mit sämtlichen Kompetenzen ausgestattete Direktionsstelle.
- Eine neue, grosszügige 4½-Zimmer-Wohnung auf modernstem Standard.
- Das mit dem Verwaltungsrat erarbeitete Betriebs- und Investitionsbudget gilt als Führungsinstrument.
- Gehalt sowie Beteiligung der Verantwortung entsprechend.

Wir erwarten von Ihnen:

- Solide Grundausbildung mit Abschluss an einer anerkannten Hotelfachschule
- Unternehmerseminar Hotellerie und/oder MBA
- Mehrjährige Erfahrung in leitender Stellung als Direktor/Vize-Direktor in der 4*/5*-Hotellerie im In- und/oder Ausland
- Marketing- und Sales-Erfahrung
- Gute Fremdsprachenkenntnisse
- Natürliche Führungseigenschaften und Autorität
- Alter zwischen 30 und 45 Jahren
- Führungsprinzipien der zeitgemässen Teamführung

Fühlen Sie sich von der Position angesprochen und haben Sie die entsprechenden Voraussetzungen, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Zielsetzungen, Handschriftprobe und Foto. Diskretion ist selbstverständlich.

Anschrift:

Persönlich
Andy Abplanalp
Waldhotel AG Arosa
Präsident des Verwaltungsrates
Postfach 243
7050 Arosa
abplanalp@waldhotel.ch
+41 79 631 87 67



PRIVATE SELECTION
HOTELS
ausdient postfach

27729-10318

**Stelle suchen –
Stelle finden
www.hoteljob.ch**



Stv. Betriebsleitung

Mensa und Momento der Universität Bern
Gesellschaftsstrasse 2, 3012 Bern

nach Vereinbarung

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Den ausführlichen Stellenbeschrieb finden
Sie unter www.zfv.ch



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



27831-10306

MEETING & SEMINARE

ESSEN & AUSGEHEN

BANKETTE & FEIERN

HOTEL & WELLNESS

PACKAGES & GUTSCHEINE

EVENTS & LOCATION

SWISS CASINOS

****Hotel, Seminar und Kongresszentrum SEEDAMM PLAZA mit 230 Betten, Restaurant PUNTO, PULS Bar & Lounge, Original Japan Restaurant Nippon Sun, Restaurant PUR (15 GM) und Swiss Casinos Pfäffikon. Für Bankette und Events stehen 9 Räume inklusive der Plaza Event Hall für bis zu 800 Personen zur Verfügung. Das Seminar- und Kongresszentrum bietet 40 Räumlichkeiten mit modernster und weitumfassender Kommunikationsinfrastruktur für Konferenzen, Schulungen, kulturelle Veranstaltungen und Produktpräsentationen von 4 – 600 Personen

Begeisterung aus Überzeugung!

Sales ManagerIn

Eintritt Oktober 2013 oder nach Vereinbarung

Interessiert ein nicht alltägliches Unternehmen mitzuprägen?

Alle Details finden Sie unter www.seedamm-plaza.ch/jobs

Adrian Landtwing, Leiter der Seminar und Kongress-Abteilung steht Ihnen für die ersten Informationen gerne zur Verfügung, Telefon 055 417 27 07.

Senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen, inkl. Lebenslauf, Foto und allen Zeugniskopien an: SEEDAMM PLAZA, Ursula Keist, Leiter Human Resources, Seedammstrasse 3, 8808 Pfäffikon, Telefon: 055 417 17 83.
E-mail: ursula.keist@seedamm-plaza.ch

SEEDAMM PLAZA

CH-8808 PFÄFFIKON SZ
TELEFON +41 55 417 17 17
www.seedamm-plaza.ch

27812-10357

Das Alterszentrum «Im Brüel» ist ein modernes, innovatives Unternehmen im Dienste unserer zurzeit 144 Bewohner. Eine Erweiterung des Hauses ist geplant.

Zur Ergänzung unseres Führungsteams suchen wir nach Vereinbarung den oder die

Leiter/-in Hotellerie – Mitglied der Geschäftsleitung (80–100 %)

Ihr Aufgabenbereich umfasst die Teams **Gastronomie** – Küche, Speisesaal, öffentliches Restaurant (inkl. Bankette, Seminare, Catering usw.), **Hauswirtschaft/Reinigung** und **Technischer Dienst**. Gemeinsam mit Ihrem Kader und den ca. 45 (Teilzeit-) Mitarbeitern sorgen Sie täglich für herausragende Leistung in Ihrem Verantwortungsbereich.

Zur Erfüllung dieser anspruchsvollen Tätigkeit erwarten wir von Ihnen:

- Grundausbildung in der Hotellerie/Gastronomie und Weiterbildung in der Hauswirtschaft – oder umgekehrt
- Abschluss einer anerkannten Hotelfachschule von Vorteil
- Mehrjährige Praxis- und Führungserfahrung in ähnlicher Position
- Freude am Umgang mit Menschen
- Ausgeprägte Gastgeber- und Dienstleistungs-Mentalität
- Hohe Belastbarkeit und Flexibilität
- Aktive Mitarbeit in Spitzenzeiten (z.B. Anlässe und Bankette)
- Eine offene und transparente Kommunikation
- Durchsetzungsvermögen
- Gute EDV-Kenntnisse
- Organisationstalent, Erfahrung im Qualitätsmanagement
- Ein geschultes Auge für Ästhetik, Eleganz und Details
- Humor

Wir bieten Ihnen:

- Eine spannende und herausfordernde Tätigkeit
- Ein motiviertes und sehr engagiertes Kader
- Grossen Freiraum für Ihre Ideen
- Aktive Mithilfe bei der Erarbeitung des bevorstehenden Farb- und Möblierungskonzeptes
- Unterstützung durch den Vorgesetzten

Herr Abraham J. Guggenheim (dipl. EHL) steht Ihnen für ergänzende Informationen gern unter Tel. 061 756 33 44 zur Verfügung.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto und Salärvorstellung richten Sie bitte per Mail an Frau Carolin Dabovic (carolin.dabovic@az-imbruel.ch).

Es melden sich bitte nur Bewerber/innen, welche dem Profil entsprechen.



Alterszentrum «Im Brüel»
Aesch / Pfeffingen | Pfeffingerstrasse 10 | CH-4147 Aesch
Tel. 061 756 33 44 | Fax 061 756 33 55
www.az-imbruel.ch | sekretariat@az-imbruel.ch

27793-10348



Salinenstrasse 98 | CH-4310 Rheinfelden | www.reha-rheinfelden.ch

Die Reha Rheinfelden ist ein medizinisches Rehabilitationszentrum. Sie verfügt über 184 Betten für neurologische und muskuloskelettale Rehabilitation, eine Station für Frührehabilitation für schwerstbetroffene neurologische Patientinnen und Patienten, ein Neurologisches Tageszentrum, ein Ambulatorium für neurologische und muskuloskelettale Behandlungen und ambulante Rehabilitationsprogramme, verschiedene Spezialprechstunden, eine Memory Clinic, ein Schmerzszentrum, ein Spine-and-Brain Center, ein Rehazentrum für Sklerodermie und ein Pädiatrisches Therapiezentrum.

Infolge Pensionierung des langjährigen Stelleninhabers, suchen wir ab 1. Januar 2014 oder nach Vereinbarung eine kommunikative und führungstarke Persönlichkeit als

Leiter/in Küche

Beschäftigungsgrad 100 %

Die Klinikküche ist für die Verpflegung von durchschnittlich 184 Patientinnen und Patienten (Privat-, Halbprivat- und Allgemeinpatienten) sowie für Gäste, Besucher und Mitarbeitende verantwortlich. Zudem finden jährlich rund 500 verschiedene Klein- und Grossanlässe wie Apéros, Stehlunches und Bankette statt.

Ihr Aufgabenbereich umfasst

- Personelle, fachliche und organisatorische Leitung der Küche
- Zielorientierte und erfolgreiche Führung des Küchenteams (16 Mitarbeitende, 3 Lehrlinge)
- Einkauf, Kalkulation und Lagerbewirtschaftung im Lebensmittelbereich
- Erstellen der Menüpläne in Zusammenarbeit mit dem Diätkoch und der Ernährungsberaterin
- Zubereiten von drei verschiedenen Kostformen und deren Ableitungen
- Aktive Mitarbeit in der Produktion
- Verantwortlich für die Einhaltung der Qualitäts- und Hygienevorschriften
- Verantwortlich für die Einhaltung der Arbeitssicherheit
- Optimieren von Prozessen

Diese abwechslungsreiche Aufgabe erfordert

- Abgeschlossene Berufslehre als Koch sowie eine Zusatzqualifikation als Chefkoch mit Fachausweis oder als Eidg. Dipl. Küchenchef
- Mehrjährige Berufserfahrung mit Führungsverantwortung in der Tourismus- oder Gemeinschaftsgastronomie
- Selbständige und zielorientierte Arbeitsweise mit einem sicheren Führungsverhalten
- Kreativität sowie kundenorientiertes und wirtschaftliches Denken
- Pragmatisches und lösungsorientiertes Verhalten
- Sozialkompetenz, Flexibilität und Belastbarkeit
- Hohe Dienstleistungsorientierung
- Gute MS Office-Kenntnisse

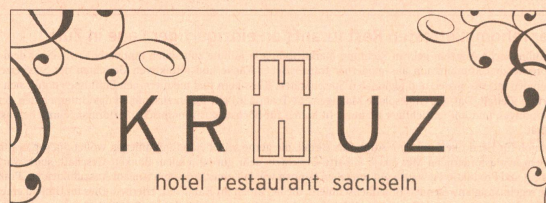
Wir bieten Ihnen

- Interessante, verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit mit grossem Gestaltungsfreiraum und Weiterentwicklungsmöglichkeiten
- Motiviertes und engagiertes Team mit langjährigen Mitarbeitenden
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne Herr D. Christen, Leiter Hotellerie, Telefon +41(0)61 836 50 51.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an das Personalwesen, Kennwort: Küche
E-Mail: bewerbung@reha-rhf.ch

27948-10376



Ein einmaliges Hotel in einer idyllischen Gegend geführt von einem geborenen Gastgeber! Ein Traum! Hotel und Idylle in dieser Konstellation sind bereits Realität. Sind Sie die noch fehlende Führungs- und Gastgeber-Persönlichkeit?

Für das wunderschöne traditionsreiche Hotel & Restaurant Kreuz in Sachseln suchen wir auf Anfang Jahr 2014 eine/n

Pächter/in

(als Einzelperson oder Paar)

Als engagierte und unternehmerische Persönlichkeit mit einem Flair für Gästebetreuung sind Sie die Seele des Hotel- und Restaurationsbetriebs. Das Hotel verfügt über 26 grosszügige Zimmer und Suiten und bietet den Gästen mit den insgesamt sieben Sälen im Hotel und dem historischen Farbbau eine grosse Palette an Seminar- und Bankettmöglichkeiten. Das Restaurant, die Lounge und die wunderschöne Veranda laden die Gäste zur kulinarischen Verwöhnung ein.

Als herzliche und authentische Gastgeber arbeiten Sie selbstständig auf eigene Rechnung. Sie verfügen über einen Abschluss der Hotelfachschule und mehrjährige Berufserfahrung in einem gleichwertigen Betrieb. Qualitätsbewusstsein, Organisationstalent, Sprachgewandtheit, Gastfreundschaft und gepflegter Umgang ergänzt Ihre motivierte und innovative Persönlichkeit. Sie sind fähig ins Detail zu gehen und trotzdem den Überblick nicht zu verlieren. Ebenso gelingt es Ihnen ihr Team durch positives Vorleben zu begeistern und motivieren.

Wir bieten Ihnen eine spannende Herausforderung inmitten einer interessanten Gegend und moderner Infrastruktur. Werden Sie Teil der über 400 jährigen Gastgeschichte unseres Hauses.

Sie fühlen sich von dieser Aufgabe angesprochen und erfüllen die beschriebenen Anforderungen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

**Ansprechperson: Geny Hess • g.hess@eberli-sarnen.ch
c/o Eberli Sarnen • Feldstrasse 2 • CH-6060 Sarnen
Tel: 041 666 38 48 • Fax: 041 666 38 49**

27940-10369

27940-10369

MEETING & SEMINARE

ESSEN & AUSGEHEN

BANKETTE & FEIERN

HOTEL & WELLNESS

PACKAGES & GUTSCHEINE

EVENTS & LOCATION

SWISS CASINOS

****Hotel, Seminar und Kongresszentrum SEEDAMM PLAZA mit 230 Betten, Restaurant PUNTO, PULS Bar & Lounge, Original Japan Restaurant Nippon Sun, Restaurant PUR (15 GM) und Swiss Casinos Pfäffikon. Für Bankette und Events stehen 9 Räume inklusive der Plaza Event Hall für bis zu 800 Personen zur Verfügung. Das Seminar- und Kongresszentrum bietet 40 Räumlichkeiten mit modernster und weitumfassender Kommunikationsinfrastruktur für Konferenzen, Schulungen, kulturelle Veranstaltungen und Produktpräsentationen von 4 – 600 Personen

Setzen Sie einen weiteren Meilenstein in Ihrer Karriere!

LeiterIn Restaurationen / GastgeberIn

Eintritt Oktober 2013 oder nach Vereinbarung

Interessiert ein nicht alltägliches Unternehmen mitzuprägen?

Alle Details finden Sie unter www.seedamm-plaza.ch/jobs

Senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen, inkl. Lebenslauf, Foto und allen Zeugniskopien an: SEEDAMM PLAZA, Ursula Keist, Leiter Human Resources, Seedammstrasse 3, 8808 Pfäffikon, Telefon: 055 417 17 83.

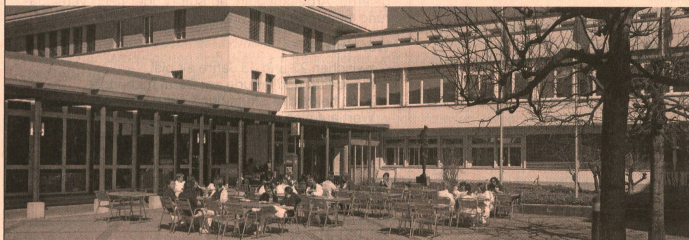
E-mail: ursula.keist@seedamm-plaza.ch



CH-8808 PFÄFFIKON SZ
TELEFON +41 55 417 17 17
www.seedamm-plaza.ch

27910-10366

Die Spital Lachen AG, am oberen Zürichsee, ist ein modern eingerichtetes Spital mit 120 Betten und zuständig für die erweiterte Grundversorgung von etwa 70'000 Einwohnern. Das Spital verfügt über die Klinik Chirurgie mit Orthopädie, Klinik für Innere Medizin, Frauenklinik, Institute Anästhesiologie und Radiologie sowie eine interdisziplinäre Intensiv- und Notfallstation und eine Tagesklinik.



Aufgrund einer Nachfolgeregelung suchen wir per 1. November 2013 oder nach Vereinbarung einen

Küchenchef / Leiter Gastronomie 100% (m/w)

Die Zielsetzung der Stelle beinhaltet die Sicherstellung einer qualitativ hochwertigen Dienstleistung im Bereich der Patienten- und Mitarbeitendenverpflegung sowie für interne und externe Anlässe, unter Berücksichtigung einer effektiven, effizienten und prozessorientierten Arbeitsweise und unter Einbezug ökonomischer und ökologischer Grundsätze.

Ihre Aufgaben:

- Leitung der Spitalküche sowie des Restaurants
- Sicherstellen eines qualitativ hochstehenden, attraktiven Angebots für Patienten, Besucher und Mitarbeitende
- Mitarbeiterführung und -förderung von etwa 30 Mitarbeitenden inkl. 4 Lernenden
- Budgetierung und laufendes Controlling, Sicherstellung der laufenden Rechnungsprüfungen sowie Umsetzen und Einhalten der finanziellen und qualitativen Zielsetzungen
- Sicherstellen der Qualitätsvorgaben, laufende Überprüfung und Optimierung
- Betreuung von Projekten im Bereich Spitalgastronomie
- Qualitätssicherung im Bereich Hygienevorschriften (GHP)
- Sicherstellen einer offenen und aktiven Kommunikation zu allen Anspruchsgruppen des Betriebes, seien dies Patienten, Gäste, Mitarbeitende oder Lieferanten

Ihr Profil:

- Höhere Fachprüfung als Dipl. Küchenchef/in oder Dipl. Leiter/in Gemeinschaftsgastronomie
- Ausgewiesene Berufs- und Führungserfahrung in einer ähnlichen Funktion
- Betriebswirtschaftliches, prozessorientiertes und zielorientiertes Denken und Handeln
- Organisationstalent und Durchsetzungsvermögen
- Kooperativer, motivierender und transparenter Führungsstil
- Belastbar mit einer hohen Dienstleistungsbereitschaft
- Selbstständig, kommunikationsstark und fähig zur interdisziplinären Zusammenarbeit

Das erwartet Sie:

Ein Spital in ländlicher Region am See und doch nahe dem Stadtzentrum. Sie finden bei uns eine verantwortungsvolle und spannende Tätigkeit in einem qualifizierten Umfeld. Sie arbeiten in einem aufgestellten Team mit und tragen aktiv zum Erfolg unseres Spitals bei. Die Arbeitszeiten sind in der Regel von 07.00 bis 18.00 Uhr mit Zimmerstunde sowie jedes zweite Wochenende. Vereinzelt finden auch Abendveranstaltungen statt. Das breite Spektrum unseres innovativen Spitals bietet Ihnen eine gute Möglichkeit Ihr Fachwissen zu vertiefen und zu erweitern.

Nähere Auskünfte erteilt Ihnen gerne: Herr Luzius Suter, Leiter Hotellerie & Facility Management, Telefon 055 451 30 05

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit der Referenznummer „SLLGA“ senden Sie bitte an: **Spital Lachen AG, Personaldienst, Oberdorfstrasse 41, 8853 Lachen** oder per E-Mail an personaldienst@spital-lachen.ch



27634-10087

TAVOLAGO

www.tavolago.ch



Geschäftsführer/in Gastronomie

Leidenschaft für die Gastronomie – Leidenschaft für Kunden und Mitarbeitende – Leidenschaft für den Erfolg – zeigen Sie, was Sie können!

Die Tavolago AG ist eine eigenständige Tochtergesellschaft der Schiffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV) AG. Sie ist für die Gastronomie auf den 20 Schiffen der SGV verantwortlich und spielt seit einigen Jahren auch an Land eine bedeutende Rolle. Sie ist u.a. Gastronomiepartner der Messe Luzern, führt das Restaurant & Hotel STERN Luzern, das LUZ Seebistro sowie weitere Betriebe am Vierwaldstättersee inkl. Catering-Sparte; die bisherige Entwicklung und die mittelfristigen Wachstumsziele sprechen für die Dynamik. Aktuell beschäftigt die Tavolago AG 400 Mitarbeitende und erzielt einen Jahresumsatz von rund CHF 25 Mio. Aufgrund einer Nachfolgeregelung suchen wir eine unternehmerisch denkende und handelnde

Geschäftsführer-Persönlichkeit (m/w)

Sie sind direkt dem Verwaltungsrat der Tavolago AG unterstellt und führen den Betrieb wirtschaftlich, personell und organisatorisch. Als Motor und Taktgeber bearbeiten Sie den Markt sehr aktiv, erkennen Entwicklungen und Trends und sorgen so für eine kontinuierliche Steigerung von Qualität und Ertragskraft. Zusammen mit einer schlagkräftigen Geschäftsleitung entwickeln Sie das Unternehmen nachhaltig weiter, Sie stimmen das Angebot mit den Kundenbedürfnissen ab – Sie haben also den Gesamtüberblick und sind gleichzeitig nahe am Puls des Geschehens und der Mitarbeitenden. Darüber hinaus repräsentieren Sie das Unternehmen in der Öffentlichkeit, pflegen regelmässigen Kontakt zu Lieferanten und Behörden, verbunden mit dem Suchen neuer Wachstumsmöglichkeiten

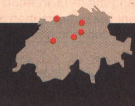
inkl. Betreuung und Akquisition von Schlüsselkunden. Die Leitung von strategischen Projekten und eine enge Zusammenarbeit innerhalb der SGV-Gruppenleitung machen diese Aufgabe sehr vielseitig und spannend.

Für diese anspruchsvolle Aufgabe setzen wir eine abgeschlossene Hotelfachschule sowie mehrjährige, erfolgreiche Berufserfahrung in einer ähnlichen Führungsfunktion voraus. Sie haben ein ausgeprägtes betriebswirtschaftliches Verständnis, verbunden mit hoher Kundenorientierung bei gleichzeitigem Zahlenfähr. Mit Ihrer grossen Führungs- und Sozialkompetenz sind Sie eine gereifte Person, dynamisch-jung, belastbar und kommunikationsstark. Sie agieren selbstständig, sind ehrgeizig und tragen gerne Verantwortung – gleichzeitig liegt Ihnen kooperative Zusammenarbeit am Herzen. Sie denken schnell und vernetzt und handeln ziel- und lösungsorientiert. Als organisationsstarker Macher und Integrationsfigur können Sie sich auch in grösseren Unternehmensstrukturen gut bewegen.

Unsere Auftraggeberin bietet Ihnen eine anspruchsvolle und abwechslungsreiche Aufgabe mit der Möglichkeit, in einer regional führenden Gastronomie-Unternehmensgruppe eine Leadershiprolle zu übernehmen. Interessiert? Gerne sagen wir Ihnen im Gespräch mehr über diese einmalige Führungsfunktion. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung per Mail zur absolut diskreten Einsicht.

Kontakt: René Barmettler
Markus Theiler
Jörg Lienert
Hirschmattstrasse 15, Postfach
CH-6002 Luzern
Telefon 041 227 80 30
luzern@joerg-lienert.ch

JÖRG LIENERT
SELEKTION VON FACH-
UND FÜHRUNGSKRÄFTEN



27737-10326



Schweizer
Paraplegiker
Zentrum



Wir begleiten Querschnittgelähmte. Ein Leben lang.

Das Schweizer Paraplegiker-Zentrum (SPZ) Nottwil ist das führende Zentrum in Europa für Patientinnen und Patienten mit Querschnittlähmungen und Wirbelsäulenleiden. 1'300 Mitarbeitenden aus 80 Berufen setzen sich täglich für das Wohle der Querschnittgelähmten ein.

Unsere Gastronomie bedient täglich neben den individuellen Gästen im öffentlichen Selbstbedienungsrestaurant 140 Patientinnen und Patienten und über 900 Mitarbeitende. Das Aufgabengebiet wird ergänzt durch einen lebhaften und vielseitigen Bankettbetrieb. Zur Verstärkung des Teams suchen wir per 1. November 2013 oder nach Vereinbarung eine kreative und selbständige Persönlichkeit als

Köchin/Koch 100 % (Schwerpunkt Bankette)

Hauptaufgaben

- Zubereitung der Mahlzeiten für alle Kundensegmente
- Selbstständiges Arbeiten bei Banketten und Anlässen
- Mitwirken bei der Ausbildung von Lernenden Köchinnen und Köchen
- Mitarbeit in diversen Projekten

Anforderungsprofil

- Abgeschlossene Lehre als Köchin/Koch
- Mehrjährige Erfahrung in «à la carte» Betrieben sowie im Bankettbereich
- Qualitativ hochstehendes Arbeiten gewohnt
- Innovativ, teamorientiert, flexibel (auch für Einsätze am Abend und am Wochenende)



Detaillierte Informationen zu dieser Stelle erhalten Sie auf
www.paraplegie.ch/jobs

Schweizer Paraplegiker-Zentrum | Human Resources | Guido A. Zäch Strasse 1 | CH-6207 Nottwil
T +41 41 939 57 70 | humanresources@paraplegie.ch | www.paraplegie.ch
Ein Unternehmen der Schweizer Paraplegiker-Stiftung

27609-10365

**Wir bieten**

Neu eröffnetes 4*-Superior-Wellnesshotel Golf Panorama mit 2000 m² grossem Wellnessbereich, 27-Loch-Golfplatz direkt vor der Haustüre und Seminarabteilung.

Receptionist/Receptionistin 100%**Aufgabenbereich**

Sie erledigen alle Aufgaben im Frontoffice- und Backofficebereich und sind dabei im ständigen Gästekontakt.

Anforderungen

Ihre Muttersprache ist Deutsch/Schweizerdeutsch. Sie haben sehr gute Sprachkenntnisse in Wort und Schrift (e/f/d).

Sie haben Freude am Gästekontakt und am selbstständigen Arbeiten.

Sie sind fit genug für ein neues Hotel mit neuem/jungem Team, neuen Gästen und dem neuesten vom Neuesten in allen Bereichen.

Sie haben eine gastronomische oder kaufmännische Lehre erfolgreich abgeschlossen und bereits **berufliche Erfahrungen** im Empfangsbereich in 4- oder 5-Stern-Hotels gesammelt.

Sie kennen bereits das Reservierungssystem **Fidelio** (Version Suite 8 von Vorteil).

Die Office-Programme von Windows beherrschen Sie aus dem Effeff.

Sie sind zwischen 20 und 40 Jahre alt und regelmässiges Arbeiten am Wochenende sowie an Fest- und Feiertagen ist für Sie eine Selbstverständlichkeit.

Eintritt: ab sofort oder nach Vereinbarung

Direktionsassistent/in 100%**Aufgabenbereich**

Sie sind Sachbearbeiter/in und unterstützen uns bei sämtlichen administrativen und repräsentativen Aufgaben und arbeiten eng mit der Direktion sowie dem Receptionsteam zusammen. Sie beherrschen alle Aufgaben im Frontoffice- und Backofficebereich und sind dabei auch viel im Gästekontakt.

Anforderungen

Ihre Muttersprache ist Deutsch/Schweizerdeutsch. Sie haben sehr gute Sprachkenntnisse in Wort und Schrift (e/f/d). Die Rechtschreibung beherrschen Sie einwandfrei.

Sie haben Freude am Gästekontakt und am selbstständigen Arbeiten.

Sie haben eine Ausbildung an einer Hotelfachschule mit Schwerpunkten in Administration oder ähnliche Fachtitel vorzuweisen.

Sie kennen bereits das Reservierungssystem **Fidelio** (Version Suite 8 von Vorteil).

Sie haben Erfahrung im Personalwesen (inkl. Arbeitsrecht und Abrechnungen über Gastrosocialnet oder Ähnlichem sowie Anmeldung bei den Ämtern).

Erfahrungen im Marketing (inkl. Social Media über Facebook usw.) zur Unterstützung der Hotelleitung.

Sie haben Grundwissen in der Buchhaltung (Debitoren-, Kreditoren- und Lohnbuchhaltung).

Sie sind mindestens 26 bis 35 Jahre alt und regelmässiges Arbeiten am Wochenende sowie an Fest- und Feiertagen ist für Sie eine Selbstverständlichkeit.

Eintritt: Ab Januar 2014 oder nach Vereinbarung

Kontakt: Caroline Spatz – c.spatz@golfpanorama.ch

Bitte bewerben Sie sich schriftlich per E-Mail mit vollständigen Bewerbungsunterlagen unter:

Wellnesshotel Golfpanorama AG
8564 Lipperswil
+41 52 208 08 08
www.golfpanorama.ch

27850-10376

www.kronedietikon.ch info@taverne-zur-krone.ch
Die Taverne zur Krone ist ein traditioneller, exklusiver Gastrobetrieb, mitten im Dorfkern von Dietikon

Zur Ergänzung unseres jungen motivierten Teams suchen wir nach Vereinbarung:

Koch/Köchin EFZ ab Mitte Oktober 2013

Restaurationsfachfrau/-Mann EFZ ab Oktober 2013

Hotelfachschule Praktikant/in ab sofort

schriftliche Bewerbungen an:

Heinz Schenkel
Taverne zur Krone AG
Kronenplatz 1
8953 Dietikon

27842-10371



Kurt Schindler AG

Seit 1980

Kaderselektion, Unternehmensberatung

Lebensmittel-Industrie

Unsere Mandantin ist eine bekannte Unternehmung in der Nahrungsmittelbranche. Eine umfangreiche Produktpalette von Nahrungsmitteln wird täglich mit verschiedenen Basisrohstoffen, Halbfertig- sowie Handels-Produkten verarbeitet und hergestellt. Zur Verstärkung der Verkaufsorganisation, mit dem Ziel, die Marktstellung weiter auszubauen, suchen wir eine jüngere Persönlichkeit als

Verkaufsberater/in im Aussendienst

für Teile des Kantons Graubünden

Sie betreuen und pflegen eine angestammte Kundschaft, akquirieren und beraten neue Kunden im Verpflegungsbereich (Gastronomie, Hotels, Spitäler, Gemeinschaftsverpflegungen usw.) in Ihrem zugeteilten Verkaufsgebiet. Sie sind ein kompetenter Gesprächspartner und garantieren eine qualifizierte Beratung vom Profi zu Profis.

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung in der **Gastronomie**, vorzugsweise als **Koch**, mit ausgewiesener Praxis im Verkauf oder mit einigen Jahren Erfahrung in der Lebensmittelbranche. Sie besitzen Verkaufsfair, sind vertraut in der Handhabung eines modernen Marketinginstrumentariums und dennoch ausgesprochen markt- und kundenorientiert. **Sie wohnen im Verkaufsgebiet, bevorzugt in der Region Chur, sprechen Deutsch und sind 30- bis 45 Jahre alt.**

Einer kommunikativen Persönlichkeit mit Durchsetzungsvermögen und Eigeninitiative offerieren wir eine anspruchsvolle Aufgabe in einem zukunftsorientierten Unternehmen. Herr Claudio Battocletti freut sich auf Ihre Unterlagen, bevorzugt per Mail. Für ein vertrauliches Gespräch steht er gerne zu Ihrer Verfügung.

Kurt Schindler AG

9004 St. Gallen · Multergasse 21 · Telefon +41 (0)71 223 64 30
E-Mail: ks.sg@kurt-schindler.ch · www.kurt-schindler.ch · www.aims.ch
Geschäftsstellen in Bern, Fribourg und Zürich
Partner of **aims** International Management Search

27822-10363

Gastro Express

25971-9910

Für unseren lebhaften Betrieb mitten in der Stadt Bern suchen wir zur Verstärkung unseres Teams eine

Servicemitarbeiterin

mit mind. 2-jähriger Berufserfahrung (gelernt oder angelernt). Arbeitsbeginn: ab sofort oder nach Vereinbarung (spätestens ab Oktober).

Wenn du

- zwischen 23 und 33 Jahre alt bist
- Flexibilität und Freude am Beruf mitbringst
- auch hektische Situationen gut meistern kannst
- Wert auf eine gepflegte Erscheinung legst
- über gute mündliche Deutschkenntnisse verfügst

dann schicke dein Bewerbungsdossier mit Foto an:

Restaurant Aarbergerhof

Aarberggasse 40
3011 Bern
Tel. 031 311 08 70

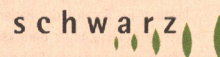
Ansprechpartner:

Herr Daniel Bernoulli oder Herr Patrik Schaad

E-Mail: aarbergerhof@bluewin.ch

Internet: www.aarbergerhof.ch

27620-10362



Wir sind ein vielseitiges Unternehmen in der Lebensmittelbranche. Unser Sortiment umfasst Gemüse, Früchte, Fisch, Fleisch, Milchprodukte und Convenienceprodukte.

Für unseren Geschäftsbereich Primeurs en gros suchen wir auf den 1. Dezember 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Früchte- und Gemüsespezialist/in im Aussendienst

Sie haben sehr gute Warenkenntnisse von Gemüse, Früchten und Comestiblesprodukten. Erfahrung in der Akquisition von Neukunden sowie Kenntnisse und Kontakte in der jeweiligen Branche. Sie verfügen über ein überdurchschnittliches Verhandlungsgeschick und eine hohe Überzeugungskraft.

Berufserfahrung im Verkauf, Grundkenntnisse im kaufmännischen Bereich, selbstständige Arbeitsweise, Bereitschaft zur Stellvertretung im Innendienst und eine hohe Sozialkompetenz runden Ihr Profil ab.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung z. Hd. Thomas Locher oder per E-Mail an sekretariat@schwarz.ch.

Max Schwarz AG | Hauptstrasse 49 | CH-5234 Villigen |
Fon ++41 56 297 87 87 | Fax ++41 56 297 87 02 | www.schwarz.ch

27795-10347

Gesucht: Windlicht

Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotellerieuisse



Swiss DLC AG ist ein unabhängiges Unternehmen und hat sich seit Jahren auf Dienstleistungen im Bereich der Motorfahrzeug-, Personen- und Haus & Heim Assistance spezialisiert. Rund um die Uhr helfen wir weltweit in Notsituationen. Zur Einleitung von Sofortmassnahmen und Schadensteuerung verfügen wir über ein nationales und internationales Netzwerk. Versicherungen, Automobilclubs und Leasinggesellschaften bieten wir massgeschneiderte Assistance- und Schadenleistungen.

Hauptaufgaben

Bei uns werden Sie im Contact Center (24h/365 Tage) kompetent die eingehenden Telefonate von Hilfesuchenden in den Bereichen Pannen-, Assistance-Home-Care, Medizinfällen entgegennehmen. Sie organisieren Sofortmassnahmen im In- und Ausland nach Vorgaben unserer Vertragspartner. Sie klären den Sachverhalt bei fahrzeugtechnischen und medizinischen Fällen und überwachen die erteilten Aufträge an unsere Partnerfirmen. In medizinischen Fällen erteilen Sie Kostengutsprachen für die Erstbehandlung und führen die Rechnungskontrolle durch. Zu Ihren Tätigkeiten gehört auch die Bearbeitung von Schadenfällen in den Bereichen Assistance-, Motorfahrzeug- und Haushaltversicherung sowie Regressbearbeitung im Auftrag unserer Partner.

Für diese Stelle sind Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch Grundvoraussetzung, und Sie bringen idealerweise kaufmännische Grundkenntnisse und Berufserfahrung in einem Servicecenter und/oder Contact Center mit. Sie schätzen den telefonischen Kontakt mit Kunden und zeichnen sich durch ein freundliches und sicheres Auftreten aus. Gute Kenntnisse der MS-Office-Programme runden Ihr Profil ab.

Anforderungen

Wir wünschen uns eine junge, verantwortungsbewusste und initiative Persönlichkeit mit sehr guten Kommunikationsfähigkeiten, die sich durch Selbstständigkeit auszeichnet. In hektischen Situationen behalten Sie den Überblick und können auch komplexe Sachverhalte klar formulieren.

Wenn Sie interessiert sind, in einem jungen und dynamischen Team bei einem unabhängigen Serviceprovider zu arbeiten, freuen wir uns über die Zusendung Ihrer Bewerbungsunterlagen.

Der Arbeitsort befindet sich im Schossacher 12 in 8600 Dübendorf ZH.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

Koch 100% (Sonntag Ruhetag)

Gasthof Löwen Tel. 041 448 10 48
Luzernerstrasse 2 - 6274 Eschenbach (LU)
Gute Entlohnung und Sozialleistungen

27841-10270

INTERNATIONAL

Für die Leitung eines **5-Sterne-Ferienhotels** mit **120 Zimmern** und Suiten sowie **50 Appartements** im **Grossraum Salzburg** suchen wir ein/eine/n

HOTELDIREKTOR/IN bzw. DIREKTORENPAAR

Unser Klient führt mehrere Ferienhotels der Top-Klasse. Die Betriebe befinden sich an besonders wertvollen Standorten, werden **ganzjährig geführt** und richten sich an ein ausgewähltes internationales **Privat-klientel**.

Wir wenden uns an **erfahrene, führungsstarke, teamorientierte und »begeisterte Gastgeber«**.

Ihr Augenmerk liegt im **persönlichen Gästekontakt**, in der Motivation und in der **Entwicklung des Mitarbeiter-teams**. Sie führen das Haus weitgehend selbstständig und berichten an die Gesellschaft. Die weiteren Schwerpunkte umfassen generelles Hotelmanagement, Budgeterstellung, Steuerung der Controllingsysteme, Qualitätssicherung, Mitgestaltung des Marketings bzw. Verkaufs.

Ausgewiesene Erfahrung in der Führung eines **4-Sterne-Superior- bzw. 5-Sterne-Ferienhotels** sowie in der Top-Gastronomie **wird vorausgesetzt**.

Falls Sie eine derartige Herausforderung interessiert, freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung. Diskretion wird zugesichert.

ETB – Edinger Tourismusberatung GmbH
z. Hd. Mag. Silvia Krahbichler
Kaufmannstrasse 58 • A-6020 Innsbruck
Tel. +43 (0)512 / 344 231
s.krahbichler@etb.co.at • www.etb.co.at



27783-10344

Hier könnte auch Ihr Stelleninserat stehen

www.htr.ch/jobdispo

Für nur 150 Franken erreichen Sie über 40 000 bestens ausgebildete Fachleute aus Hotellerie, Gastgewerbe und Tourismus

SUISSE ROMANDE



La société
MACAROON SA (LADURÉE) recherche :

CHEF DE POSTE

Missions principales :

- Assurer l'encadrement de l'équipe de production macarons
- Etre le garant de la qualité des productions ainsi que de la productivité
- Respecter les règles d'hygiène

Profil recherché :

- CFC de boulanger-pâtissier ou pâtissier-confiseur
- Avoir entre 3 et 5 ans d'expérience minimum
- Réactivité dans la gestion des aléas

Adresse d'envoi

Les dossiers de candidature, comprenant une lettre de motivation, un C.V. et les prétentions salariales sont à envoyer sous pli confidentiel à :

Macaroon SA
A l'attention de Madame Sandrine Veigneau
Route des Rez 2
CH-1667 ENNEY
E-Mail : sveigneau@groupeholder.com

27841-10344

ANZEIGEN



Suche

Spitzenweine aus Frankreich
& Italien, sowie Spirituosen
aller Art

Adrian Winkler, 5630 Muri (AG)
Tel. 056 664 27 83 Mobil 079 665 97 49

www.winklerwein.ch

24993-9545



GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus

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 Bitzer

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 44
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

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 einem Monat auf www.htr.ch / www.immo.ch publiziert. 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

Natalie Schmid (Art Direction)
Ursula Erni-Leupi
grafilu (Illustrationen)

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

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

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG,
6043 Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

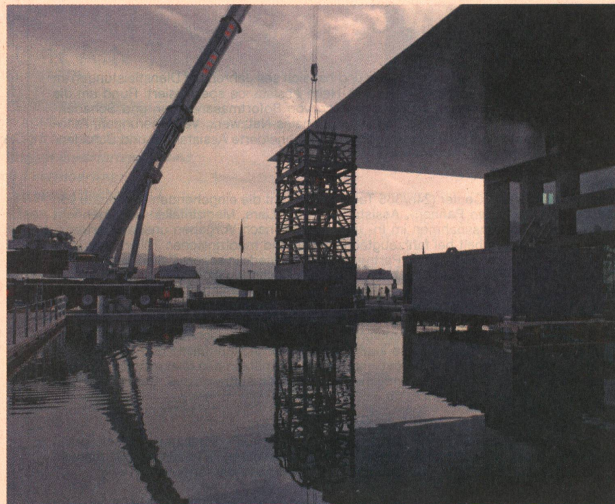
Reguläre Auflage 40.000 Ex.
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom
15.8., 29.8., 28.11., 12.12.)
Bei Kleinauflagen gelten reduzierte Preise.

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.

DIE IMMOBILIENBÖRSE FÜR HOTELLÉRIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

LA BOURSE DE L'IMMOBILIER POUR LA RESTAURATION, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

SANIERUNG UND STEUEROPTIMIERUNG



KEYSTONE

Eine clevere Planung und die sorgfältige Umsetzung von Sanierungen und Erneuerungen in der eigenen Liegenschaft helfen oft, Steuern in grossem Ausmass zu sparen.

Werterhaltende Auslagen für Liegenschaften können infolge Abschaffung der sogenannten Dumont-Praxis seit 2010 unmittelbar nach dem Erwerb der Liegenschaft steuerlich abgezogen werden. Bei Erneuerungen empfiehlt es sich, nicht nur die Baukosten, sondern auch die steuerliche Ausgestaltung genau unter die Lupe zu nehmen. Bei geringfügigen baulichen Massnahmen lohnt es sich in der Regel, die Arbeiten gesammelt ausführen zu lassen, so dass die Auslagen den kantonalen pauschalen Unterhaltsabzug übersteigen. Gegensätzlich verhält es sich bei umfangreichen Sanierungen, denn bei diesen lohnt sich oft die Verteilung auf zwei oder mehrere Steuerperioden. Dazu ein Rechenbeispiel: Sanierungsbetrag 2013 bis 2015 300.000 Franken, steuerbares Einkommen 150.000 Franken, jährliche Einkommensteuerbelastung ohne Sanierungskostenabzug 36.000 Franken. Wird die Sanierung in 2013 vollumfänglich abgewickelt, be-

trägt die Steuerersparnis einmalig 36.000 Franken, denn das steuerbare Einkommen 2013 beträgt null Franken. Eine gleichmässige Aufteilung dieser Sanierung auf die Jahre 2013 bis 2015 führt zu einer Reduktion des steuerbaren Einkommens von 150.000 Franken auf 50.000 Franken und einer Steuerlast von gerade noch jährlich 8.000 Franken. Verglichen mit der Steuerbelastung vor Abzug dieser Unterhaltskosten wird pro Jahr eine Steuereinsparung von 28.000 Franken erzielt. Da diese Unterhaltsabzüge auf drei Jahre verteilt sind, erfolgt eine Steuereinsparung von 84.000 Franken. Verglichen mit der Variante Sanierung in einem Jahr, wird eine Einsparung von 48.000 Franken erzielt. Vor Planungsbeginn empfiehlt es sich, die Richtlinien der kantonalen Steuerbehörden hinsichtlich des Abzuges von Unterhaltskosten zu konsultieren. Dafür massgebend ist der Lageort der Liegenschaft. Kantonale Unterschiede sind: Zeitpunkt des Abzuges – im Jahr der Rechnungsstellung oder der Bezahlung; unterschiedliche Handhabung von Akontozahlungen; Handhabung von energiesparenden, umweltschützenden und denkmal-

pflegerischen Auslagen, Behandlung von Gartenunterhalt und unterschiedliche Strenge in der Auslegung von wertvermehrenden und werterhaltenden Auslagen. Bei energiesparenden und umweltschützenden Aufwendungen wird zudem empfohlen abzuklären, ob der Kanton/die Gemeinde allenfalls einen Teil der Kosten subventioniert. Die korrekte Formulierung der Handwerkerrechnung kann für die Akzeptanz des Unterhaltsabzuges massgebend sein. Weist der Rechnungstext auf «Sanierung» oder «Ersatz» hin, so besteht eine vorteilhaftere Ausgangslage für allfällige Diskussionen mit den Steuerbehörden, als wenn von «Einbau», «Neubau» oder «Neugestaltung» die Rede ist.



Hugo Schmid
dipl. Steuerexperte/dipl. Wirtschaftsprüfer
Bommer + Partner Treuhandgesellschaft
www.bommer-partner.ch

Erfolgreiches Guesthouse **** Nähe Kapstadt zu verkaufen

- 12 000 m² gepflegte Gartenanlage mit unverbaubarer Meersicht und traumhaften Sonnenuntergängen
- 5 Doppelzimmer, 1 Suite, 1 sep. Wohnhaus mit 4 Zimmern

Interessiert? Kontaktaufnahme und Details über <http://www.guesthouse-somersetwest.co.za>

27881-10300

Individuell und Besonders

Naturpark Südschwarzwald
Feinschmeckerrestaurant mit 17 Hotel (10 Zimmer) zu verkaufen.
Das Hotel ist komplett renoviert und saniert, es besteht kein Investitionsanfall!
Der Betrieb bietet ein sehr gutes Entwicklungspotential
und kann mit Investor übernommen werden
Info: K.Koebelle@kks-stuer.de

27799-10300

HESSER

Unternehmensberatung

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen – vermieten – für bessere Wirtschaftlichkeit zu reorganisieren – oder suchen Sie einen Betrieb – wir sind die Drehscheibe für interessante Hotels und Restaurants

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57 – hesser@bluewin.ch

26968-10076



A louer

(de suite ou à convenir)

Opportunité unique pour couple actif dans la gastronomie, dynamique, avec le sens de l'accueil et en possession d'une patente ou CFC

Hôtel-Restaurant

Région Delémont, fleuron de la région. Connu pour sa table et ses chambres. Intérieur de style rustique, plusieurs salles.

Hôtel offrant 28 lits, garage souterrain avec accès direct aux chambres. Accès aux personnes à mobilité réduite. Grande place de parc.

Conditions de bail attractives.

Envoyer dossier avec copie de la patente au
Centre de Commerce Bellerive SA
Route de France 22
2805 Soyhières

27806-10303

Gesucht wird in der Schweiz 4*- bis 6*-Hotel-Objekt zu kaufen (kann auch ein Prestige-Objekt sein).

Interessenten melden sich unter:

FST Consultant & Trading
Lindenbergstrasse 8b
6331 Hünenberg
sv.franzen@bluewin.ch

27801-10381

Luzern-Meggen

Bekannter Restaurantbetrieb
an gut frequentierter Lage
per 1. 4. 2014 zu vermieten.
100 Sitzplätze, 75 Gartensitzplätze.
Seminarraum, 35 Parkplätze.
4½-Zimmer-Wirtswohnung.
Bushaltestelle vor dem Haus.

Wir suchen die oder den innovative(n) Gastronom(en)(in) mit einem klaren und erfolgversprechenden Konzept.

041 418 51 51
www.schaerli-partner.ch

27787-10330

Zu verpachten / vermieten

RESTAURANT OBERENGADIN
Im Herzen von Maloja
chesa.alpina@gmail.com

27819-10361

A remettre de suite ou à convenir

Restaurant

situé dans un magnifique endroit du bord du lac de Neuchâtel

Terrasse 100 places, restaurant 100 places, agencement neuf, bail commercial longue durée, loyer raisonnable. Grand Parking. Curieux s'abstenir. Prix Fr. 280 000.-.

Écrire sous chiffre à: D 028-733559, an Publicitas S.A., Postfach 48, 1752 Villars-s/Glâne 1

27845-10373