

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2013)
Heft: 37

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 21.06.2025

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus *Avec cahier français*



Mehr Präsenz

Ein Aufenthalt in Olten lohnt sich, findet Tourismusdirektor Christian Gressbach. Er will den Standort präserter machen.

Seite 3

Mehr Dynamik

Boutique Hotels in Genf zeigen sich sehr dynamisch und innovativ. Sie gewinnen damit Marktanteile und zusätzliche Gäste.

Seite 10

Mehr Vitamine

Aronia-Beeren sind besonders schmackhaft und vitaminreich. Sie finden auch in der Gastronomie immer öfters Verwendung

Seite 17

Mehr Ruhm

Als Premium-Spirituose hat Rum einen ehrenvollen Platz in gut sortierten Bars. Die Konsumenten wissen dies zu schätzen.

Seite 20

Inhalt

aktuell	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-13
caterer & service	15
dolce vita	16-20

Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative

Zukunft ungewiss

Die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative löst Fragen und wirft neue auf. Die Unsicherheit bleibt gross.

ALEX GERTSCHEN

Der Nebel lichtet sich, lässt aber weiterhin keinen klaren Blick in die Zukunft zu: So lässt sich beschreiben, wie die Tourismusbranche der Bergkanton die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative erlebt. Der Gesetzesentwurf des Bundesrats, der sich bis am 20. Oktober in der Vernehmlassung befindet, hat die Furcht vor einer rigorosen Umsetzung zerstreut, aber Fragen offen gelassen oder gar neue aufgeworfen.

Genen der Gemeinde Silvaplana und Zweitwohnungsbesitzern.

Im Interview mit der htr hotel revue sagt Philippe Pasche, der Direktor der Gesellschaft für Hoteldirekt, bei den Hotelinvestitionen sei wegen der Rechtsunsicherheit Zurückhaltung spürbar. Bezüglich des Entwurfs fordert er eine klarere Bestimmung, welche Betriebe künftig noch Zweitwohnungen bauen dürfen.

«fokuss», Seite 11 bis 13

Kommentar

Wir realisieren gar nicht, wie stark die Marke Schweiz ist



GERY NIEVERGELT

Am diesjährigen Hotelmarketing-Tag von Schweiz Tourismus und hotellerie-suisse ging es schergewichtig um die Frage, wie sich der deutsche Urlauber wieder für unser Land gewinnen lässt. Dabei kamen auch schweizerische Befindlichkeiten zur Sprache.

Strafen uns die Nachbarn im Norden mit Liebesentzug, weil der Finanzplatz Schweiz in der Kritik steht? Wie rasch sind wir allgemein verunsichert, wenn in Berlin geschminkt wird. Dabei weiss jeder, der geschäftlich oder privat mit Deutschen zu tun hat: Man schätzt uns, beneidet uns sogar, und dieses Schweizbild wird durch die (Tages-)Politik nicht in Frage gestellt.

Wir haben nur ein Problem: Als Gastland sind wir für viele zu teuer. Gefragt ist deshalb keine Sinn-Diskussion, sondern pragmatisches Marketing. Mit «All-inclusive»-Angeboten etwa wirbt man womöglich erfolgreicher um den auf Preissicherheit bedachten deutschen Gast.

Es ist schon so: Wir sorgen uns liebend gerne und mit wenig Selbstbewusstsein um das Bild, das andere von uns haben oder haben könnten. Das ist so überflüssig wie ein Kropf. Die Marke Schweiz ist weltweit überragend gut positioniert. Eindrücklich bestätigte dies am Hotelmarketing-Tag Markus Binkert, Mitglied der Geschäftsleitung der Swiss. Was für die Fluggesellschaft gilt, gilt auch für die Tourismusbranche: Wir dürfen sehr selbstbewusst mit dem Schweizerkreuz werben.

Seite 2 und 6

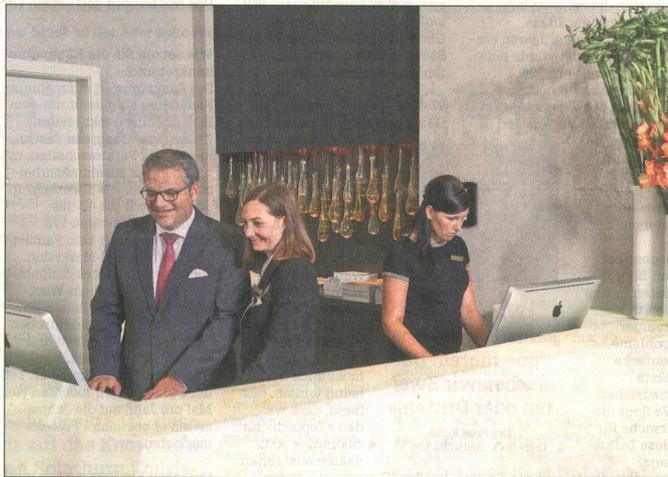
Überraschung total in Bern

Innert zweier Jahre verhalf Hotelier Michael Thomann zusammen mit seiner Frau Barbara dem klinisch toten Berner Traditionshaus Schweizerhof zu neuer Blüte. Wir portraituren den «Champfier und Geniesser» mit dem ausgeprägten Gespür für die Bedürfnisse seiner Gäste in der aktuellen Ausgabe unseres Magazins «hotel gourmet weltens», das dieser htr beiliegt.

Aber wie das Leben so spielt: Kaum war das Magazin - als Vorprodukt - gedruckt, informierte mich Thomann etwas zerknirscht, dass er den Schweizerhof überraschend verlassen werde. Erst Ende August hat er sich entschieden, das Angebot der ZFV-Unternehmungen anzunehmen und per April 2014 die Leitung der Hotelgruppe Sorell Hotels Switzerland zu übernehmen.

Zur Zerknirschung besteht kein Anlass. Abgeworben wird nur, wer erfolgreich arbeitet. Deshalb verliert unsere Erfolgsstory in «hotel gourmet weltens» nichts von ihrer Aktualität. Gery Nievergelt

Beilage



Bald Geschichte: Hotelier Thomann und Mitarbeitende am Desk des Schweizerhofs Bern. Frederic Meyer

Saläre

Der Besuch Höherer Fachschulen zahlt sich aus

Wer in den Fachrichtungen Tourismus und Hotellerie/Gastronomie eine Höhere Fachschule absolviert, kann sein Salär in relativ kurzer Zeit steigern. Dies geht aus der jüngsten ODEC-Salärstudie hervor. dst

Seite 5

Randregion

Einsiedeln braucht mehr Betten

Ein 4-Sterne-Hotel mit 110 bis 120 Zimmern in Einsiedeln: Dies ist der Wunsch von Werner Hübscher, Präsident der IG Hoteliers Einsiedeln, Ybrig und Umgebung. Noch fehlt aber der Investor für das 45 Millionen Franken teure Vorhaben. Aktuell verfügt Einsiedeln über sechs Hotels mit total gut 200 Zimmern. Die am

besten klassierten Betriebe haben 3 Sterne. Mit einem grösseren Hotel im 4-Sterne-Bereich könnten laut Hübscher grössere Kongresse und Seminare nach Einsiedeln geholt werden, verbunden mit mehr Logiernächten. Mit einer deutlich höheren Übernachtungskapazität könnten auch ausländische Gruppen

untergebracht werden, was zurzeit nicht möglich ist. Die in den letzten Jahren negative Logiernächteentwicklung sei nicht bei einer zu geringen Nachfrage zu suchen, sondern bei der Schliessung etlicher Hotels, so Hübscher. Die nächste Hotelaufgabe steht für Januar 2014 an. dst

Seite 4

Täglich aktuell:

www.htr.ch

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



9 771662 334000 37

ANZEIGE

bequem

Galadiner statt Zahlensalat.

Wir entlasten Sie von Pflichtaufgaben.

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

hotellerieuisse
Specialized Services
Hoteliers' Association

protel

Ben Stalder

engagiert

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

SÜPRO
Nur die Besten kommen in die Flasche!

www.supro.ch

BRITA
PURITY Steam
PURITY C Quell ST

Genuss braucht Wasser. Wasser braucht BRITA®.

<http://professional.brita.ch>

Aus der Region

Bern

Mehr Passagiere bei weniger Flugbewegungen



In den ersten acht Monaten 2013 haben bereits 3 Prozent mehr Passagiere den Flughafen Bern-Belp für Abflüge und Ankünfte genutzt als im Rekordjahr 2012. Zum guten Ergebnis beigetragen haben die bessere Auslastung der Flugzeuge auf einzelnen Strecken und der Einsatz des Airbus A319 von Helvetic Airways. Gleichzeitig sanken die Flugbewegungen um 10 Prozent. Dies sei vor allem auf das schlechte Wetter im Frühling zurückzuführen, teilte die Flughafenbetreiberin Alpar mit.

Bootsplätze: mehr Spielraum für die Gemeinden

Künftig können die bernischen Gemeinden selbst entscheiden, ob sie innerhalb der vom Kanton bewilligten Zonen neue Bootsplätze ermöglichen wollen. Dies sehen die neuen Sachpläne für den Seeverkehr auf dem Thuner- und dem Brienzsee sowie auf den bernischen Teilen des Bieler- und Neuenburgersees vor. Diese Sachpläne treten ab Anfang 2014 in Kraft. Damit erhalten der Tourismus und der Wassersport neue Entwicklungsmöglichkeiten. Zudem werden ökologische und ästhetisch wertvolle und empfindliche Uferzonen geschützt.

Totalsanierung der Marktgasse geht zu Ende



Viele Berner und Touristen werden am kommenden Wochenende aufatmen. Die Totalsanierung der zentralen Berner Markt-gasse geht zu Ende. Nach einem Fest für die Bevölkerung am Samstag verkehren ab Sonntag Trams und Busse wieder nach normalem Fahrplan. Während der fünfmonatigen Sanierung wurden zahlreiche Bernmobil-Linien umgeleitet, und auch für Fussgänger war das Durchkommen zum Teil schwierig. Unter anderem wurden die Tramgeleise ersetzt.

Reorganisation des Tierparks Dählhölzli

Der Berner Tierpark Dählhölzli soll einfachere Strukturen und mehr unternehmerischen Freiraum erhalten. Zu diesem Zweck hat der Gemeinderat eine entsprechende Abstimmungsvorlage zuhause den Stadtrats verabschiedet. Heute teilen sich vier städtische Direktionen die Aufgaben und Verantwortlichkeiten, dazu kommen die Burgergemeinde, der Tierparkverein, die Seelhof- und die Bärenpark-Stiftung. Diese Strukturen sind laut Tierpark-Direktor träge und ineffizient. dst

«Mit Inhalten werben»

In Deutschland wirbt Schweiz Tourismus mit der Kampagne «Grüezi Deutschland». Der Leiter Markt Deutschland, Jörg Peter Krebs, hat sie am Hotelmarketing-Tag präsentiert.

DANIEL STAMPELI

Jörg Peter Krebs, in den letzten Jahren ging die Anzahl deutscher Gäste in der Schweiz drastisch zurück. Wo orten Sie die Gründe für diese Entwicklung?

Der Rückgang setzte im Jahr 2008 ein, mit Beginn der Wirtschaftskrise in Europa. Darauf folgte die Eurokrise, mit welcher sich der Euro gegenüber dem Schweizer Franken deutlich abschwächte, zeitweise bis zur Relation 1:1. Zuvor hatte der Euro bei einem Höchststand von 1.65 Franken notiert. Dies verteuerte das Reisen in die Schweiz innert eines Jahres um 20 bis 25 Prozent, in zwei Jahren um 35 Prozent. Damit wurde eine Schmerzgrenze erreicht. Parallel dazu kam noch der Rückgang der Reiseintensität der Deutschen ins Ausland in den vergangenen Jahren. Sie verbrachten ihre Ferien vermehrt im eigenen Land.

Gegenüber den Bergebieten hatten die Städte weniger Probleme, deutsche Gäste anzuziehen. Wo liegt die Ursache für diese Diskrepanz?

Einerseits profitieren die Städte von Businessgästen. Andererseits konnten die Städte ihre Hotelbettenkapazitäten erhöhen. Hinzu kommt das

attraktive Angebot in Sachen Events sowohl in sportlicher als auch in kultureller Hinsicht. Die Städte registrieren in der Regel Kurztrips und nicht unbedingt längere Ferien. Kurztrips sind über die Hotelportale einfach buchbar und damit schnell zugänglich. Verloren haben wir hauptsächlich bei zwei oder drei Wochen dauernden Ferien in den Bergregionen. Die Deutschen machen kürzere Ferien, dafür häufiger, aber nicht unbedingt nur in der Schweiz.

Nun startet Schweiz Tourismus die Kampagne «Grüezi Deutschland». Was will man damit konkret erreichen?

Die Schweiz soll wieder Top of Mind werden. Das heisst, dass wir für den Ferienbereich eine Aufmerksamkeit generieren werden. Denn zurzeit ist die Schweiz in Deutschland vor allem politisch im Gespräch. Negative Meldungen verbreiten sich schneller und auch besser als positive Botschaften. Mit der Kampagne wollen wir der deutschen Bevölkerung aufzeigen, dass die Schweiz ein tolles Reiseziel mit vielen attraktiven Angeboten ist. Wir wollen damit insbesondere Gäste, die schon einmal in der Schweiz waren, dazu animieren, wiederzukommen.

Welche Zunahme deutscher Gäste erwarten Sie aufgrund der Kampagne in den Jahren 2014 und 2015?

Wir haben vorgesehen, ein Wachstum zu generieren, dies wird aber in den zwei Jahren während der «Grüezi»-Periode nicht nur auf die Kampagne zurückzuführen sein. Die Kampagne muss auch nachhaltig wirken, das heisst, dass wir den «Teppich» für zukünftige Aktivitäten ausbreiten wollen. Generell gehen wir von einem Wachstum über zwei bis fünf Jahren in der Größenordnung von 1 bis 3 Prozent aus.



«Wir möchten keine Preiskampagne führen. Da machen wir Zweiten oder Dritten.»

Jörg Peter Krebs
Leiter Markt Deutschland bei ST



Das Matterhorn soll seinen Lockruf bis nach Deutschland aussenden. swiss-image.ch/Ch. Sonderegger/Bildmontage

Wie setzen Sie die Kampagne konkret um?

Die Kampagne ist auf mehreren Elementen aufgebaut mit dem Ziel, überall zu fokussieren: Zielgruppe, Geografie, Instrumente und Partnerschaften, mit welchen wir zusammenarbeiten möchten. Als Kernzielgruppe haben wir die 42- bis 65-Jährigen gewählt. Wir machen bewusst kein Familien- und kein Jugend-Marketing. Unser geografisches Zielgebiet ist Bayern, Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg. Auf diese deutschen Bundesländer entfallen drei Viertel unserer deutschen Gäste. Auch das Timing ist Teil der Strategie. Wir möchten vier Mal pro Jahr, auf die Jahreszeiten abgestimmt, Präsenz markieren.

Sprechen Sie Erstkunden und Stammkunden unterschiedlich an?

Nein. Es gibt eine einzige Kampagne Schweiz. Unsere

finanziellen Mittel sind begrenzt.

Was lässt sich denn Schweiz Tourismus die Kampagne insgesamt kosten?

Für die beiden Jahre 2014 und 2015 investieren wir insgesamt 10 Millionen Franken.

Man kann noch so sympathisch werben, im Endeffekt läuft es doch über den Preis.

Wir möchten keine Preiskampagne fahren. Da machen wir gegenüber anderen Mitbewerbern aus dem Euroraum oder Billigdestinationen ohnehin Zweiten oder gar Dritten. Wir werben mit Inhalten, sprich mit Reisetipps, mit Erlebnissen.

Aber am Schluss ist beim Gast doch der Preis entscheidend für die Wahl seines Reiseziels.

Ich sehe dies nicht so. Wir wissen, dass unser Gäste-potenzial nicht über den Preis einkauft, sondern attraktive Erlebnisse buchen möchte.

Was es kostet, ist eher sekundär. Wenn Deutsche einen Mercedes kaufen, schauen sie nicht als Erstes auf den Preis. Entscheidend sind zuerst Qualität, Innenraumausstattung und Ambiente. Danach wird allenfalls noch über den Preis verhandelt. Das sind genau auch unsere Kunden.

Den Deutschen haftet doch immer noch das Image der «Geiz-ist-geil»-Gesellschaft an. Da spielt doch die Marke Schweiz keine Rolle?

Diese Boulevardaussage betrifft und entspricht nicht unserer Zielgruppe. Klar gibt es in Deutschland verschiedene Segmente. Werbung und Medien richten jedoch in dieser Hinsicht grossen Schaden an. Darunter leiden gute Produkte, sei dies aus dem Tourismus oder aus anderen Branchen. Die Kunden, welche wir ansprechen wollen, interessieren sich nicht für Boulevard-sprüche wie «Geiz ist geil».

Ohne Social Media geht es nicht

Wie holt der Hotelier mehr Gäste in sein Haus? Indem er Facebook, Holiday Check & Co stärker nutzt. Dies wurde am Hotelmarketing-Tag in Bern gleich mehrmals betont.

CHRISTINE KÜNZLER

Um sich überhaupt vermarkten zu können, muss ein Hotel marktfähig sein. «Und dies», sagte hotellerie-Präsident Guglielmo L. Brentani am diesjährigen Hotelmarketing-Tag vom letzten Dienstag, «ist eine Frage des Willens und Könnens». Dass fitte Hoteliers auch in schwierigen Zeiten gute Zahlen schreiben, zeigten Beispiele wie die Belvédère Hotels in Scuol. Besitzer und Direktor Kurt Baumgartner stellt sich auf die Bedürfnisse seiner Gäste ein. Etwa mit einem kostenlosen WLAN-Zugang - der für die Bu-

chung matchentscheidend sein kann. Oder mit einem Light-All-Inclusive-Angebot, mit dem er seinen deutschen Gästen die für sie so wichtige Budgetsicherheit bietet: Der Eintritt in das Thermalbad und die Tickets für mehrere öffentliche Verkehrsmittel sind inbegriffen.

Ein Verfechter von All-Inclusive-Angeboten ist Beat Blaser, Director Independent Travel Neckermann Reisen & Thomas Cook. Nur: Hier kann und will die Schweiz (noch) nicht mithalten. Dies - und die Frankenstärke - hat zur Folge, dass die Schweiz beim Touroperator im Vergleich zu den Nachbarländern erhebliche Besucherrückgänge verzeichnet.

Noch lägen die Preise der Schweizer Hotels «weit weg von dem, was sich die preissensiblen Neckermann-Kunden leisten können». Mithalten kann die Schweiz hingegen bei «High Tech und High Touch» - für Blaser zwei wichtige Erfolgsfaktoren. High



Der Hotelmarketing-Tag erfreute sich regen Interesses. Franziska Egli

Tech in allem was das Internet betrifft, Social Media und Bewertungs-Plattformen etwa. «Tun Sie alles, damit Sie bei Holiday Check gut dastehen. Es gibt kaum mehr einen Gast, der da nicht reinschaut.» Mit High Touch spricht Blaser Empathie und Sozialkompetenz an: «Die Kunden wünschen sich eine Beziehung mit dem Anbieter, die über die Bu-

schung hinausgeht.» So sind die Reiseleiter von Neckermann & Thomas Cook nicht nur physisch sondern auch über Twitter und Co erreichbar.

Um Social Media und Storytelling kommt kein Hotelier mehr herum - das zeigten die Referate am Hotelmarketing-Tag deutlich. «Eine Social-Media-Managerin sollte im Hotel so

selbstverständlich sein wie eine Réceptionistin», findet Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid. ST wird das Hotelmarketing neu ausrichten mit einer Verlagerung von Print zu Digital. «Wir werden 2014 die Hotel-App der Schweiz lancieren», verspricht er am Hotelmarketing-Tag. ST wartet mit neuen Tools auf und will den Hotels so einen «einfachen und kostengünstigen Zugang zum Kunden weltweit» bieten.

Nach wie vor unerlässlich ist die attraktive Werbung für das Ferienland Schweiz. Die Bündner Steinböcke etwa sorgten in Deutschland für Furore, wie Beat Blaser bestätigt. Peter Felser, ehemaliger Miteigentümer der Werbeagentur Spillmann & Felser, plädiert für einen gemeinsamen Pot, den die Zersplitterung der Werbegelder habe Budgets zur Folge, die «unter der Wirkungsschwelle» liegen. Einen Beitrag dazu leisten könnten «clevere Kooperationen von Schweizer Organisationen, wie SRF SBB und ST».



Der Oltnr Tourismusdirektor Christian Gressbach will für die Solothurner Stadt an der Aare neue Angebote und Produkte entwickeln.

Melanie Roth

«Olten präsenter machen»

Er kenne keine andere Region, die es so schwer habe, sich irgendwo anzuschliessen, sagt Oltns Tourismusdirektor Christian Gressbach. Er weiss, warum ein Aufenthalt in Olten sich trotzdem lohnt.

MELANIE ROTH

Christian Gressbach, Olten wirbt mit dem Slogan «mehr als zentral» – reicht das Argument der guten Erreichbarkeit, um im MICE-Segment gegen grössere Städte anzukommen? Die gute Erreichbarkeit ist unser Trumpf, und der wird noch stärker werden. Ich denke, heute ist es kein Muss mehr, ein Meeting in einer Grossstadt abzuhalten – für den MICE-Gast wird die Zeit je länger je wichtiger. Hier haben wir zusammen mit angenehmen Preisen Vorteile gegenüber Zürich, Bern, Basel und Luzern. Wenn ich in Olten ankomme, ist jedes Hotel in fünf Minuten zu Fuss erreichbar.

Geschäftstouristen haben aber auch immer mehr das Bedürfnis, sich nach den Meetings zu zerstreuen. Kann Olten da etwas bieten? Man ist sehr schnell im Grünen, kann joggen gehen oder sich erholen. Olten hat eine sehr hohe Gastronomiedichte, eine herzige Altstadt. Unsere Gäste müssen also keineswegs im

Zur Person Vom Toggenburg ins Aarestädtchen

Christian Gressbach (32) ist im Toggenburg aufgewachsen und seit 2012 Tourismusdirektor von Olten. Der gelernte Lehrer studierte Tourismus an der HTW Chur und Leisure-Management im holländischen Breda. Danach war er vier Jahre lang Marketingmitarbeiter und schliesslich GL-Mitglied bei Toggenburg Tourismus. Berufsbegleitend absolviert er momentan einen MBA in Sport- und Tourismus-Marketing. **dst**

www.oltentourismus.ch
www.oltenmeetings.ch

Hotel sitzen bleiben. Und mit drei Theatern und vier Museen haben wir auch kulturell einiges zu bieten.

Nur wissen dies viele nicht, der Stadt haftet doch eher ein negatives, provinziales Image an, viele kennen höchstens den Bahnhof...

Das stimmt, Olten wird leider oft nicht wahrgenommen, man fährt hier einfach vorbei. Und das negative Image ist vor allem noch in den Köpfen unserer Väter verankert. Das kann aber auch positiv sein: Wenn der Gast einmal vor Ort ist, ist es einfacher, ihn positiv zu überraschen. Wir erhalten oft die Rückmeldung: «Ich wusste gar nicht, dass es hier so schön ist...»

Mit «Olten Meetings» versuchen Sie, Olten als Seminarort zu stärken. Was steckt dahinter?

Wir haben nach dem Vorbild von «Solothurn Services» einen Dreijahresvertrag mit sechs Leistungsträgern im Seminarbereich abgeschlossen. Seit dem 1. Mai treten sie unter dem Projektnamen «Olten Meetings» auf. Wir übernehmen die Koordination und haben nun begonnen, das Angebot zu vermarkten und zu positionieren.

Ist das Projekt erfolgreich? Um Bilanz zu ziehen, ist es noch etwas früh. Aber der Aufbau alleine ist schon ein riesiger Erfolg. Wie erwartet werden wir noch nicht mit Anfragen überhäuft, aber die Nachfrage ist da. Sehr positiv ist, dass wir auf das Know-how von Solothurn Tourismus zurückgreifen können. Als wichtigste Seminarstandorte in der Region arbeiten wir eng zusammen und können Synergien nutzen.

Orientieren Sie sich allgemein Richtung Solothurn?

Im MICE-Bereich ganz klar. Touristisch stehen wir etwas im luftleeren Raum: Solothurn hat sich Jura & Drei-Seen-Land angeschlossen, wir gehören eigentlich zur Destination Bern, stehen aber auch in Kontakt mit den Städten im Aareland (Aarau und Zofingen). Für uns stellt sich immer wieder die Frage: In welche Richtung gehen wir? Ich kenne keine Region, die es so schwer hat, sich irgendwo anzuschliessen. Wir werden immer am Rand sein, ausser es entsteht etwas Neues in der Mitte.

«Sehr positiv ist, dass wir auf das Know-how von Solothurn Tourismus zurückgreifen können.»

Christian Gressbach
Tourismusdirektor Olten

der Sommer war gigantisch. Das Seminarloch im Sommer machte sich in diesem Jahr kaum bemerkbar. Ausserdem haben Gruppen die Hotelbetten gefüllt – sie haben den Standort Olten als idealen Ausgangsort für Tagesausflüge entdeckt. Auch längerfristig sieht es gut aus: Die Hotels erzielen eine Auslastung von 60 Prozent, generieren in der Region um die 160 000 Logiernächte – Tendenz steigend.

Woher kommt diese gesunde Lage? Die Wirtschaft in der Region ist extrem wichtig, sie ist und war schon immer ein Treiber. Ausserdem ist Olten eine Bildungsstadt, die Fachhochschule bringt zusätzlich Logiernächte. Diese Rahmenbedingungen erlauben es den Hotels, zu investieren. Und diese Möglichkeit nutzen sie vorbildlich.

Würden Sie sich bezüglich Hotellerie für die Stadt etwas wünschen?

Mit unseren 3- und 4-Sterne-Hotels sind wir gut aufgestellt. Zimmer könnten wir sicher noch mehr brauchen, allerdings kämpfen wir jetzt schon damit, diese am Wochenende auszulasten. Am liebsten wäre mir ein fahrendes Hotel, das am Wochenende weiterzieht.

Sie führen ein «kleines» Tourismusbüro in einer «kleinen» Tourismusregion. Welche Vor- und Nachteile bringt das mit sich?

In unserem vierköpfigen Team profitieren wir von schnellen Wegen, ich kann schnell entscheiden und bekomme viel mit. Hingegen kommen wir im Bereich Projektentwicklung manchmal an unsere Grenzen. Ich sehe die alleinige Leitung hier aber als grosse Chance und spannende Herausforderung.

Wie hat sich die Organisation in den vergangenen Jahren entwickelt?

Das ist interessant. Region Olten Tourismus existiert seit 1983, wurde bis vor drei Jahren aber mehrheitlich ehrenamtlich geführt und war in den Räumlichkeiten eines Reisebüros platziert. Erst 2010 hat die Stadt deutlich mehr Geld gesprochen, um eine professionell geführte Organisation aufzubauen. Seither hat sie einen extremen Wandel durchgemacht, einen positiven, das ist auch das Feedback von den Leistungsträgern.

Was wollen Sie unternehmen, damit Olten in Zukunft stärker wahrgenommen wird?

«Erst ab 2010 hat die Stadt deutlich mehr Geld gesprochen, um eine professionell geführte Organisation aufzubauen.»

Produkt- und Angebotsentwicklung konzentrieren. Ergänzend zu den Meetings können wir noch kaum Angebote präsentieren...

Haben Sie konkrete Ideen?

Ich könnte mir vorstellen, die Themen Eisenbahn und Literatur in Geschichten zu verpacken. Davon sind wir aber noch weit entfernt, das ist ein grosses Ziel, das es in den nächsten drei oder vier Jahren zu erreichen gilt. Ausserdem müssen wir die Zusammenarbeit mit Partnern wie der Wirtschaftsförderung ausbauen, um den Standort Olten über verschiedene Kanäle präsenter zu machen.

Standpunkt

Chinesen oder Schweizer? – Beide Segmente sind wichtig



ELIA
FRAPOLLI *

Die Schweiz ist wieder in! Chinesen holen den Schweizer Tourismus aus der Krise, titelte neulich eine auflagenstarke Tageszeitung. China bietet tatsächlich ein riesiges Potenzial. Im Tessin haben wir im ersten Halbjahr 46,6% mehr Übernachtungen von chinesischen Gästen verzeichnet als zum gleichen Zeitraum im Jahr 2012. Im Vergleich zu anderen Destinationen hat das Tessin aber noch Aufholbedarf. Auf das Konto der Chinesen gehen 11 600

«Bei aller Euphorie um die fernen Märkte die Schweizer Gäste nicht vergessen.»

Logiernächte – sie liegen damit gleichauf mit den Niederländern! Unsere mit Abstand grösste Klientel stammt hingegen aus dem Inland: Die Schweizer haben im Tessin in den ersten sechs Monaten dieses Jahres 583 498 Übernachtungen generiert, was einem Plus von 8,4% entspricht. Die Frage, ob wir nun auf Schweizer oder Chinesen setzen sollen, stellt sich trotzdem nicht. Beide Segmente sind wichtig! Das gilt nicht nur für das Tessin, sondern für die gesamte Schweiz. Trotzdem habe ich das Gefühl, dass inländische Gäste mancherorts ob den imposanten Wachstumsraten aus Asien mittlerweile als quantité négligeable betrachtet werden. Das ist nicht nur schade, sondern auch kontraproduktiv. Denn die Schweizer Gäste bilden ein Fundament, auf dem sich bauen lässt. Dies sollte man bei aller Euphorie um die fernen Märkte nicht vergessen! Oder um Goethe zu bemühen: «Das Gute liegt so nah!»

* Elia Frapolli ist Direktor von Ticino Turismo.

Aufgefallen

Rindstatar von Hand geschnitten in der Berner Reitschule



Ein Besuch in der Berner Reitschule, Schandfleck für die einen, notwendiger Freiraum für die andern und regelmässig in den (negativen) Schlagzeilen. An einem Tisch im Innenhof werden wir von einem jungen Kellner bedient, sehr freundlich, kompetent und schnell – so was erlebt man in der Berner Gastronomie nicht alle Tage. Und was steht auf der Karte: Rindstatar von Hand geschnitten! Meine Begleiterin flüsst fast aus: «Das gibts sonst nur in Genf!» Hier schmeckt es ihr sogar noch besser. Und in der Halle nebenan gibts Prosecco im Champagnerglas! Huch!, man wagt es fast nicht laut zu sagen: Die Berner Reitschule ist auch nicht mehr, was sie mal war. Nun, uns hat es gut gefallen. **gn**

Schweiz

Gegenvorschlag zur Lavaux-Initiative



swiss-image.ch/Christof Sonderegger

Zur «Lavaux III»-Initiative von Franz Weber unterbreitet die Waadtländer Regierung dem Grossen Rat einen Gegenvorschlag. Dies da die Regierung die Initiative als zu restriktiv erachtet. Man müsse Franz Weber zugestehen, dass er geholfen habe, das Lavaux zu retten, mit seiner dritten Initiative gehe er aber zu weit, erklärte der Waadtländer Regierungspräsident Pierre-Yves Maillard an einer Medienkonferenz. Die Regierung habe mit dem Gegenvorschlag einen Ausgleich gefunden.

Die htr bittet die Leser um ihre Meinung



ZVG

Um sich konsequent an den Bedürfnissen der Leserschaft ausrichten zu können, hat die htr hotelrevue in Zusammenarbeit mit Demoscope eine Leserschaftsbefragung lanciert. Meinungen und Verbesserungsvorschläge sollen mittels Online-Plattform bis spätestens 30. September 2013 eingegeben werden. Um ein möglichst aussagekräftiges Resultat erstellen zu können, sind alle an der htr hotelrevue Interessierten aufgefordert, an der Umfrage teilzunehmen. Die Auswertungen dieser Leserschaftsbefragung werden in der htr veröffentlicht. dst

www.demoscope.ch/htr

Es fehlt «nur» der Investor

Einsiedeln hat zu wenig Hotelbetten, um auch grösseren Reisegruppen Platz bieten zu können. Gesucht wird ein Investor für ein 4-Sterne-Hotel mit 110 Zimmern.

DANIEL STAMPFLI

Der bekannte Pilgerort Einsiedeln mit dem dominierenden Benediktinerkloster verfügt zwar noch über relativ viele Gaststätten aber lediglich sechs Hotels – drei davon haben 3 Sterne – mit insgesamt gut 200 Zimmern.

In den 80er-Jahren zählte Einsiedeln noch 100 Gaststätten, die Hälfte davon mit Gästezimmern,

wie Ursi Pfister von Einsiedeln Tourismus erklärt. Heute sei es höchstens noch die Hälfte, meist ohne Gästezimmer. Einbussen verzeichnet auch die Hotellerie: Im 2011 schloss das Hotel Storch, im Jahr darauf das Hotel Bären. Im Januar 2014 werde das Hotel Rot-Hut mit rund 40 Zimmern verschwinden, so Ursi Pfister. Es sei schon seit längerer Zeit nichts mehr investiert worden.

Nachfrage ist vorhanden – Kapazität fehlt

Die noch bestehenden Betriebe wiesen eine gute Belegung auf, sagt Werner Hübscher, Präsident der IG Hoteliers Einsiedeln, Ybrig und Umgebung. Hübscher, der auch Besitzer des 3-Sterne-Hotels Drei Könige mit 40 Zimmern ist: «Ich komme auf eine durchschnittliche jährliche Auslastung von 65 Prozent, was sicher nicht schlecht ist.» Dies erreiche er insbesondere mit Seminaren.

Einsiedeln hat in den vergangenen Jahrzehnten kontinuierlich Logiernächte eingebüsst.

Einsiedeln Entwicklung der Logiernächte

Jahr	Übernachtungen Hotels	Übernachtungen Parahotellerie	Total	Vergleich Vorjahr
1990	*	*	176 381	*
2000	65 153	28 358	93 511	*
2001	61 109	29 347	90 456	-3 056
2002	53 566	29 669	83 235	-7 221
2003	56 038	30 038	86 076	2 841
2004	60 455	18 123	78 578	-7 493
2005	56 147	20 140	76 287	-2 296
2006	58 191	18 705	76 897	610
2007	66 234	10 851	77 085	188
2008	69 819	17 093	86 912	9 827
2009	64 275	17 636	81 911	-5 001
2010	73 199	14 836	88 038	6 127
2011	64 662	13 416	78 078	-9 960
2012	50 471	16 884	67 355	-10 723

* keine Informationen verfügbar

Quelle: Einsiedeln Tourismus



Engebettet in die Landschaft mit Bergen und See: Einsiedeln im Kanton Schwyz. ZVG

Augenfällig ist die Abnahme im 2012 (siehe Tabelle). «Der Grund ist in der Schliessung etlicher Hotels zu suchen und nicht in einer rückläufigen Nachfrage», so Hübscher. «Hinzu kommt, dass wir keine Japaner und keine Chinesen beherbergen können.» Für derartige Gruppen sei nicht genügend Kapazität vorhanden.

Es brauche in Einsiedeln ein 4-Sterne-Hotel mit 110 bis 120 Zimmern. «Wir hätten ein sehr gutes Konzept. Was fehlt, ist ein guter und ehrlicher Investor für die notwendigen 45 Millionen Franken», so Hübscher. Der Platz sei vorhanden: gleich neben Werner Hübschers Hotel Drei Könige. Der Bezirk als Landeigentümer würde das Grundstück im Baurecht zur Verfügung stellen. «Zusammen mit unserem 3-Sterne-Hotel wäre dies das Optimale. Wir müssen aber nicht nur ein neues Hotel haben, wir müssen auch neue Gäste nach Einsiedeln bringen», sagt der Hotelier. Man könnte interessante Kongresse und Seminare akquirieren, «was

gute Übernachtungen bringt», ist er überzeugt.

Kulturelles, Landschaft und Sportmöglichkeiten

Neben dem Kloster verfügt Einsiedeln touristisch auch über die Bibliothek Werner Oechslin, eine bedeutende architektur- und geistesgeschichtliche Quellensammlung in einem von Mario Botta entworfenen Bau, sowie ein Lebkuchmuseum. «Vor allem haben wir Berge und den Sihlsee», schwärmt Hübscher. Das Gelände sei ideal für sportliche Aktivitäten. Diese können direkt vom Hotel aus – ohne Autofahrt – betrieben werden.

Kein Vorwurf betreffend Vermarktung könne Einsiedeln Tourismus gemacht werden, sagt Hübscher. Finanziell sei die Organisation nicht auf Rosen gebettet. Denn weniger Übernachtungen brächten auch weniger Geld. «Gemessen an den finanziellen Möglichkeiten macht Einsiedeln Tourismus einen guten Job», so Werner Hübscher.

Welttheater Weniger Besucher als erwartet

Dem Einsiedler Welttheater, das am 21. Juni Premiere feierte und am letzten Sonntag zu Ende ging, wohnten 45 000 bis 46 000 Besucher bei. Dies ist weniger als erwartet und auch weniger als im letzten Durchführungsjahr 2007 mit damals 66 000 Besuchern. Die Welttheatergesellschaft Einsiedeln werde nächstens die Ergebnisse analysieren, erklärt Mediensprecherin Edith Moosbrugger. Gegenüber früher sei heuer sehr kurzfristig gebucht worden. Auch sei dem Welttheater grosse Konkurrenz durch viele Freilichtspiele in der Region und schweizweit erwachsen. Eine logische Folge der geringeren Besucherzahl gegenüber 2007 ist auch die kleinere dadurch generierte Zahl an Übernachtungen. dst

ANZEIGE

Fust

Riesenauswahl an Gastrogeräten!

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

Und es funktioniert.

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

Rucksackstaubsauger

nur **371.-**
statt ~~462.-~~
(exkl. MwSt.)
Sie sparen 91.-

NOVAMATIC RS 05
• Kabellänge von 15 Metern
• Inkl. Fugendüse, Polsterdüse, Hartbodendüse Art. Nr. 175510

Getränkekühlschrank

nur **1099.-**
statt ~~1242.-~~
(exkl. MwSt.)
Sie sparen 243.-

Umweltfreundlich
H/B/T: 185 x 59,5 x 59,5 cm

Miete pro Monat, inkl. Garantieverlängerung 61.-* (inkl. MwSt)

NOVAMATIC KSUF 371.2-IB
• Temperatur +3°C bis +10°C
Art. Nr. 108323

Weinklimaschrank

nur **1481.-**
(exkl. MwSt.)
Hammer-Preis

Nur solange Vorrat
2 Temperaturzonen

Miete pro Monat, inkl. Garantieverlängerung 80.-* (inkl. MwSt)

NOVAMATIC KSWF 765.1-IB
• Für 113 Flaschen à 0,75 Liter
• H/B/T: 186 x 60 x 60 cm Art. Nr. 108361

Geschirrspüler

nur **1851.-**
(exkl. MwSt.)
Hammer-Preis

Miete pro Monat, inkl. Garantieverlängerung 104.-* (inkl. MwSt)

NOVAMATIC LB 200
• 2-Minuten-Programm
• Korbgrosse 350 x 350 mm Art. Nr. 106505

Kühlschrank - CNS

nur **2499.-**
statt ~~2999.-~~
(exkl. MwSt.)
Sie sparen 500.-

Kühltemperatur: -2 °C bis +10 °C

Miete pro Monat, inkl. Garantieverlängerung 134.-* (inkl. MwSt)

Electrolux KSU Ecostore
• 670 Liter Nutzinhalt
• H/B/T: 205 x 71 x 83,7 cm Art. Nr. 198154

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

Schnellreparaturdienst und Sofort-Geräteersatz
0848 559 111

• 5-Tage-Tiefpreisgarantie
• Laufend günstige Ausstell- und Occasionsmodelle (Details www.fust.ch)

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

Absolventen einer Höheren Fachschule können ihr Salär in kurzer Zeit steigern. Bei den Fachrichtungen Tourismus und Hotellerie/Gastronomie gibt es jedoch grosse Unterschiede.

DANIEL STAMPFLI

Die Karriere- und Verdienstmöglichkeiten unterscheiden sich je nach gewählter Studienrichtung und Branche, in der jemand tätig ist. Dies geht aus der Salärstudie HF hervor, welche der ODEC, schweizerischer Verband der diplomierten Absolventinnen und Absolventen Höherer Fachschulen, und die Incon Unternehmensberatung durchgeführt haben. Neueinsteiger, die ihren HF-Abschluss vor weniger als zwei Jahren erlangt haben, verdienen weniger als «alte Hasen»: HF-Absolventinnen und -Absolventen verdienen gleich nach ihrem Abschluss durchschnittlich 82 600 Franken – zehn Jahre später sind es bereits 104 700 Franken.

Überdurchschnittliche Zunahme mit steigendem Alter

Vergleicht man die Entwicklung der Saläre der Fachrichtungen «Tourismus» und «Hotellerie/Gastronomie» mit anderen Fachrichtungen, weisen diese ein unterdurchschnittliches Anfangssalär aus für Personen unter 30 Jahren. Dafür ist die Progression der Saläre mit dem Alter in den Tourismus-Branchen überdurchschnittlich hoch (siehe Grafik).

Personen, welche vor weniger als zwei Jahren eine Vollzeitausbildung in der Hotellerie beziehungsweise Gastronomie abgeschlossen haben, verdienen im Jahr durchschnittlich 4700 Franken mehr als ihre Kolleginnen und Kollegen, welche ein Teilzeit-



Wer eine Höhere Fachschule absolviert, hat Aussicht auf mehr Lohn und grössere Chancen für eine Kaderstelle.

zvg/Alain D. Bollat

Der Weg nach oben

studium abgeschlossen haben. Mit dem Abstand zur Ausbildung ändert sich dieses Bild jedoch: Personen, deren Abschluss mehr als zwei Jahre zurückliegt und die ein Teilzeitstudium absolviert haben, verdienen im Jahr durchschnittlich 11 300 Franken mehr als ihre Kolleginnen und Kollegen aus dem Vollzeitstudium.

Bei Personen, welche ein Studium in der Fachrichtung Tourismus absolviert haben, lohnt sich ein Teilzeitstudium von Anfang an: Liegt der Abschluss weniger als zwei Jahre zurück, verdienen Teilzeitstudierende 17 100 Franken mehr pro Jahr – liegt der Abschluss mehr als zwei Jahre zurück, sind es gar 37 700 Franken.

Einen massgeblichen Einfluss auf den Lohn, welchen ein An-

gestellter respektive ein Angestellter aus dem Gastgewerbe mit nach Hause nimmt, ist gemäss ODEC-Studie der Arbeitsort. So verdienen Personen, die in den Regionen Zürich oder Genfersee arbeiten, deutlich mehr als Personen, die im Rest der Schweiz tätig sind. Dies überrascht nicht, denn diese beiden «Spitzenreiter»-Regionen zeigen sich schweizweit in allen Branchen.

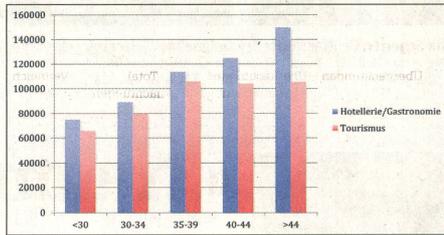
Grosse Chance auf eine Kaderposition

In den Fachrichtungen «Hotellerie/Beherbergung» und «Restauration/Gastronomie» sowie «Tourismus» arbeiten überdurchschnittlich viele HF-Absolventinnen und Absolventen in einer Kaderposition: 56 Prozent

der Umfrage-Teilnehmenden, welche in diesen Branchen tätig sind, haben einen Job im Kader oder in der Geschäftsleitung. Gut 11 Prozent arbeiten als Projekt-

leiterin respektive Projektleiter, knapp 29 Prozent in einer Assistenz oder Sachbearbeitung, 22 Personen (3,7 Prozent) sind selbstständig erwerbend.

Mit zunehmendem Alter höheres Salär



Online-Buchungen stagnieren

Schweizer Reisebüros erwarten eine Stagnation bei den Online-Buchungen. Dies das Ergebnis einer Studie des Schweizerischen Reisebüroverbandes in Zusammenarbeit mit der Uni St. Gallen und Allianz Global Assistance.

DANIEL STAMPFLI

Als weit entwickelter Markt weist die Schweiz schon seit mehreren Jahren einen hohen Anteil an Online-Buchungen auf. Deshalb überrascht es wenig, dass die Mehrheit der befragten Reisebüros bezüglich Online-Buchungen in der Tendenz eher von einer Stagnation ausgehen, so die Studie, die am Dienstag in Zürich präsentiert wurde. Die Konkurrenzierung werde weiterhin im Bereich Hotel- und Flugbuchungen Europa sowie Städtereisen erwartet, also bei allen mehrheitlich kommodifizierten Buchungsspro-

zessen und teilweise auch Leistungen. Zu den wichtigsten Massnahmen, dieser Herausforderung zu begegnen, gehörten eigene Portale, massgeschneiderte Produkte, Ausbildung der Mitarbeitenden, Massnahmen bei der Kundenbindung sowie verstärkte Werbung. Die befragten Reisebüros gehen kurzfristig von einem insgesamt leicht höheren Geschäftsvolumen aus.

Im Jahr 2013 zeigen sich Herr und Frau Schweizer wieder reise-freudig. Sie unternehmen durchschnittlich 2,8 Reisen pro Jahr mit

mindestens drei auswärtigen Übernachtungen. Zu diesem Schluss kommt eine repräsentative Umfrage von Alliance Global Assistance im Zusammenarbeit mit dem Link Institut Luzern. Wie auch schon im Vorjahr sei der Einfluss der Wirtschaftskrise auf das Reiseverhalten der Schweizer weiterhin gering.

Obwohl Internetbuchungen 2013 erstmals auf hohem Niveau stagnieren, bleibt das Internet bei den Jungen weiterhin das beliebteste Buchungsmedium, so die Studie weiter. Der Marktanteil

von Reisebüros ist mit rund 17 Prozent konstant, wobei die Senioren 2013 wieder lieber im Reisebüro buchen als im Jahr zuvor. Einen zunehmenden Trend verzeichnen unterschiedliche Buchungen abhängig von der jeweiligen Reise. Während rund 70 Prozent der Jungen das Internet mobil nutzen, haben Senioren weiterhin deutlich weniger Internetzugang. Nur beim Buchungszeitpunkt sind sich die Alterskategorien einig: Gut die Hälfte buchen ihre Ferien mehr als zwei Monate im Voraus.

Wallis: Interimsphase vorbei

Alle Personalfragen sind geklärt: Die Vermarktungsorganisation Valais/Wallis Promotion (VWP) nimmt den geordneten Betrieb auf. Die Politik zieht sich zurück.

Der Tourismusberater Peter Furger und Staatsrat Jean-Michel Cina haben die branchenübergreifende Vermarktungsorganisation Valais/Wallis Promotion, die seit dem 1. Januar 2013 operativ tätig ist, bis heute geprägt. Nun übergeben sie ihren Nachfolgern.

Bereits seit dem 1. September obliegt die operative Leitung der Promotionsgesellschaft dem Walliser Markenspezialisten Damian Constantin (die htr berichtete). Am 1. Oktober übernimmt Karin Perraudin-Bertholet das Präsidium von Jean-Michel Cina. Die 38-Jährige ist Finanzdirektorin des Betriebs La Montagne in Sillon und ehemalige Präsidentin der Walliser Kantonalbank.

Oberstes Ziel der Übergangsphase sei gewesen, im Werbeauftritt der Walliser Wirtschaft keine Lücken entstehen zu lassen, betonte Furger am Montag vor den Medien. Dies sei gelungen.

Valais/Wallis Promotion gleistet 2013 über 250 Promotionsprojekte in 21 Ländern auf. Die Dachorganisation umfasst die Promotionsbereiche des Walliser Tourismus, der Walliser Handels- und Industriekammer sowie der Walliser Landwirtschaftskammer samt Personal. Rund 30 Angestellte teilen sich die 24,5 Vollzeitstellen. Der neue Direktor Damian Constantin setzt für die nahe Zukunft folgende Prioritäten: «Wir konzentrieren uns auf die Bereiche Strategie, Kommunikation, Produktdesign, Organisation, Unternehmenskultur und das Projekt Wallis 2015.» tl

Florierendes Asiangeschäft beschert Jungfraubahnen ein gutes 1. Halbjahr

Gegenüber dem Jubiläumsjahr 2012 nur knapp weniger Besucher auf dem Jungfraujoch.

Die Jungfraubahn-Gruppe erzielte im ersten Semester 2013 mit 77,4 Mio. Franken einen um 3,1% höheren Umsatz. Zur Steigerung habe vor allem der höhere Verkehrsertrag beigetragen, wie die Jungfraubahn Holding AG mitteilt. Gegenüber derselben Periode im Jahr 2012 sei dieser um 2,6 Mio. Franken gestiegen.

Ausgewiesen wird ein Gewinn von 11,1 Mio. Franken, 4,3% mehr als im Vorjahr. Das Unternehmen verzeichnete ein operatives Ergebnis (EBIT) von 14,9

Mio. Franken und erreichte eine EBIT-Marge von 19,3%.

Der Ausflugsverkehr auf das Jungfraujoch profitierte weiterhin von den Aktivitäten des Jubiläumsjahres 2012. Trotz weniger Aktionen wurden im ersten Halbjahr lediglich 5200 Besucher weniger registriert worden.

Die Jungfraubahn-Gruppe ist nach eigenen Angaben gut ins zweite Halbjahr 2013 gestartet. Im Juli und August reisten 6,6% mehr Personen als im Jahr zuvor zum Jungfraujoch. dst

Aus der Region

**Zürich
Winterthur erhält neuen Aussichtspunkt**

Das Dachgeschoss des Hochhauses, das im Stadtteil Werk 1 gebaut werden soll, wird für die Öffentlichkeit zugänglich. Gemäss überarbeitetem Gestaltungsplan kann das Hochhaus bis zu 120 Meter hoch werden. Trotz Obergrenze dürfte der Turm aber zu einem weitherum sichtbaren Teil der Stadtsilhouette werden. Mit 120 Metern wäre das Hochhaus nur 6 Meter kleiner als der Prime Tower in Zürich.

**Ostschweiz
Ergebnisse der Seilbahnen knapp über Vorjahr**



zvg

Im Geschäftsjahr 2012/2013 haben die Ostschweizer Seilbahnbetriebe (im Bild die Santsilbahn) mit rund 103 Millionen Franken Einnahmen das Vorjahresergebnis um 4% übertroffen. Die Verkehrseinnahmen lagen bei 62 Millionen Franken (+3%). Die Erträge aus bahneigenen Gastro- und Nebenbetrieben beliefen sich auf 41 Millionen Franken (+5%). 26% werden im Sommer erwirtschaftet, was klar über dem schweizerischen Durchschnitt von 18% liegt.

Grand Resort Bad Ragaz: weniger Übernachtungen



zvg

Im ersten Halbjahr musste die Grand Resort Bad Ragaz Gruppe einen Rückgang der Anzahl Logiernächte um 5% hinnehmen. Mit einem Umsatz von 53,4 Mio. Franken sei das Niveau des Vorjahres gehalten worden, wie das Unternehmen mitteilt. Die Zimmerauslastung im Resort sei weiterhin über der «psychologisch wichtigen Marke» von 60% geblieben. Der Verwaltungsrat spricht von einem «zufriedenstellenden» Geschäftsergebnis. Für das zweite Halbjahr wird ein Umsatz im Rahmen des Vorjahres erwartet.

**Jura
Gilberte de Courgenay: Stiftung konkurs**

Die Stiftung Gilberte de Courgenay als Trägerin des gleichnamigen historischen Hotels in der Ajoie ist Konkurs. Stifter Moritz Schmidli will jetzt aussteigen und fordert von einem Darlehen von 1 Mio. Franken die Hälfte zurück. Noch offen ist zurzeit das Restaurant. Die Bezirksbehörde wird nun das Hotel der legendären Gilberte liquidieren. Berühmt geworden war das Hôtel de la Gare durch den Film «Gilberte de Courgenay» von 1941. dst

Ein Tag für die Hoteliers

Der vierte **Hotelmarketing-Tag** lockte 250 Branchenleute nach Bern. Hoteliers und Touristiker diskutierten angeregt, wie deutsche und Schweizer Gäste wieder zurückgewonnen werden können.

Zum vierten Mal luden Schweiz Tourismus und hotellerieuisse zum Hotelmarketing-Tag in Bern. Das Interesse war gross: 250 Entscheidungsträger aus Hotellerie und Tourismus folgten letzten Dienstag der Einladung ins Hotel Schweizerhof. Zum zweiten Mal fand die Veranstaltung nun in Bern statt. Zwei Kernthemen entfielen diesmal auf die zwei bedeutendsten Gästegruppen des Schweizer Tourismus: Am Vormittag ging es in erster Linie darum, wie Hoteliers und Touristiker die deutschen Gäste wieder zurückgewinnen können. Am Nachmittag folgte eine Diskussionsrunde, wie es der Schweizer Hotellerie gelingt, die einheimischen Gäste zurückzuholen.

Neben den unterhaltsamen und angeregten Podiumsgesprächen kamen auch das Networking

und der Informationsaustausch nicht zu kurz. Zwischen den Referaten sowie beim Abschlussapéro wurde angeregt diskutiert und wurden Meinungen ausgetauscht. Ein Hotelmarketing-Tag also, bei dem die Gäste viel mitreden und mitnehmen konnten. gsg



Diskussionsrunde zum Thema «Grüezi Deutschland» (v.l.): **Beat Blaser**, Neckermann Reisen & Thomas Cook, **Tim Guldemann**, Schweizer Botschafter in Berlin, **Thomas Kemper**, Deutsche Bahn, **Kurt Baumgartner**, Belvédère Hotels Scuol, Moderatorin **Katja Stauber**. Bilder/Franziska Egli



Patrik Scherrer, Generaldirektor Kongress+Kursaal Bern AG, am Hotelmarketing-Tag.



Gulgielmo L. Brentel, Präsident hotellerieuisse, **Jürg Schmid**, Direktor Schweiz Tourismus, **Thomas Winkler**, Leiter E-Marketing ST.



Carole A. Baumann, Baur au Lac, Zürich, **Karin Kunz**, Mont Cervin Palace, Zermatt, **Melanie Ehlert**, Gstaad Palace.



Kurt Baumgartner, Belvédère Hotels Scuol, **Stephan J. Maeder**, Carlton-Europe, Interlaken, **Jeremy Kunz**, Reiserwerk.ch.



Wettbewerbsgewinner mit Frau, umrahmt von der Jury: **Urs Bühler**, Direktor Bellevue Palace Bern, **Suzanne** und **Jacob Postma** aus Amsterdam, htr-Chefredaktor **Gery Nievergelt**. ZVG

«Traumhotel Bellevue»

Vor 48 Jahren **Commis de rang**, heute **Unternehmer**: Der 70-jährige **Holländer Jacob Postma**, Gewinner des Jubiläumswettbewerbs des Berner Hotels Bellevue, kehrte am vergangenen Wochenende an seine alte Arbeitsstätte zurück.

Hotelgeschichte wird nicht nur von den Gästen geschrieben. Zum 100-Jahre-Jubiläum des Hotels Bellevue Palace in Bern lud Direktor **Urs Bühler** zusammen mit dem htr-Magazin «hotel gourmet welten» ehemalige Mitarbeitende ein, Fotos und Anekdoten einzusenden. Besonders angetan war die Jury von der **Zuschrift** des ehemaligen **Commis de rang Jacob Postma** aus Amsterdam, der zum Beispiel anwesend war, als dem damaligen rumänischen Präsidenten Ceausescu im Berner Nobelhotel Gabel und Löffel in die Sauce

eines Zürcher Geschnetzeltens plumpsten. Die Fotos erschienen in der Juli-Ausgabe von «hotel gourmet welten» (siehe Bild nebenan).

Nun hat Wettbewerbsgewinner Postma zusammen mit Frau **Suzanne** seiner ehemaligen Arbeitsstätte als Gast einen Besuch abgestattet – und der rüstige Besitzer eines Beratungsunternehmens für Hotelbe-



triebe fühlte sich auch nach 48 Jahren sogleich wieder heimisch: «Mir ist, als sei die Zeit stillgestanden.» Sehr angetan war der Besucher aus Holland, übrigens seit bald 50 Jahren Abonnent der htr hotel revue, von der Freundlichkeit der heutigen Mitarbeitenden. Und überhaupt: «Das Berner Bellevue ist und bleibt mein Traumhotel.»

BENI RIHS

Sesselrücken

Tourismusedirektor verlässt Winterthur

Während zehn Jahren hat sich **Remo Rey** als Tourismusedirektor und Geschäftsführer von Winterthur Tourismus für die Ver-



marktung der Tourismusangebote in der Stadt und Region Winterthur engagiert. Nun hat der 38-jährige Rey beschlossen, Winterthur Tourismus per Ende Februar 2014 zu verlassen, wie der Tourismusverein am letzten Montag mit grossem Bedauern mitteilte. Rey ist zudem Präsident von Swiss Cities. ZVG

Ein Hotelier wird Präsident der Bergbahnen BDG



An der Generalversammlung der Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG) wurde der Schönrieder Hotelier **Bruno Kern** (Bild) als neuer Verwaltungsratspräsident gewählt. Er übernimmt das Amt von **Richard Kummrow**, der sich nach zehn Jahren im Amt nicht mehr zur Wiederwahl stellt. Zudem wurden **David Bolton** aus Gsteig und **Rolf Beyeler** aus Aarwangen und Zweisimmen neu in den Verwaltungsrat der BDG gewählt. ZVG

Neuer Küchenchef im Kronenhof Pontresina

Ab Beginn der nächsten Wintersaison verwöhnt **Fabrizio Plantanida** (Bild) als neuer Küchenchef die Gäste des Grand Hotel



Kronenhof in Pontresina. Der 38-jährige tritt die Nachfolge des Österreicher **Bernad Schützelhofer** an, der sich im Gourmetrestaurant Kronenstübli 17 Gault-Millau-Punkte und einen Michelin-Stern erkochte. Plantanida war zuvor Küchenchef im 5-Sterne-Hotel Vitznauerhof am Vierwaldstättersee. ZVG

Junger Direktor für das Hotel Engel in Liestal

Nach Abschluss der Hotelfachschule in Thun übernimmt **Marc Grieder** die Direktion des Hotels Engel in Liestal, dem grössten Haus in der Baselbieter Hauptstadt. Er verdrängt damit den bisherigen Direktor **Alain Legender**, der nach elf Jahren Dienst im «Engel», die letzten beiden Jahre als Direktor, per Ende Jahr entlassen wird. Das Sesslerücken verlief nicht ganz ohne Nebengeräusche. Legender wäre gerne noch etwas länger geblieben, um den 27 Jahre jungen Direktor sorgfältig in seine neuen Aufgaben einzuführen, berichtet die «Basler Zeitung». Die Eigentümerin des Hotels Engel und Mutter von Marc Grieder, **Esther Grieder**, sei überzeugt, ihr Sohn habe das Rüstzeug und die nötige Erfahrung für die neue Aufgabe. ste

Hotel Hof Weissbad belegt ersten Rang beim Swiss Arbeitgeber Award

Bei der diesjährigen Awardverleihung holte sich ein Hotel die Siegetrophäe. Auch der Aufsteiger ist ein Hotel.



Die Sieger vom Hof Weissbad: **Christian Lienhard** und **Sepp Breitenmoser** im Gespräch mit «Bilanz»-Chefredaktor **Dieter Schütz**. ZVG

Die diesjährige Siegetrophäe des Swiss Arbeitgeber Awards ging an das Hotel Hof Weissbad. Die Auszeichnung «Aufsteiger des Jahres» hat das Hotel Kongress + Kursaal Bern AG / Hotel

Allegro Bern AG entgegennehmen dürfen. Gekürt wurden im Marriott Hotel, Zürich, die 30 besten Arbeitgeber der Schweiz. Der Award reflektiert allein das Urteil der Mitarbeitenden. gsg

Chili con Chasselas

Œnologue, né au pays des gigantesques productions, Rodrigo Banto débutera sa dixième vendange pour Uvavins. Il apprécie les millésimes d'ici.

ALEXANDRE CALDARA

J'aime sa personnalité, sans aucune note de verdeur. Gras, riche avec de la salinité, une note citronnée.» Rodrigo Banto commente ainsi, le Premier Grand Cru 2013, du Château de La Bâtie. «Nous sommes sur une parcelle en forte pente de la Côte qui bénéficie d'un bon ensoleillement, on se situe entre le Chablais et le Dézaley. Cela me plaît, je suis un amateur tradif de Chasselas.» Il apprécie la diversité des quinze Premiers Grands Crus Valdois «le savoir-faire, l'expression du terroir, la très haute qualité.»

Depuis 2003, il s'occupe de la vinification de tous les vins de la coopérative Uvavins et de la Cave Cidis (société de vente de vins d'Uvavins aux restaurateurs et aux consommateurs). A Vinzel, il avoue n'avoir eu qu'un rôle de consultant «avec le caviste Fabien Coucet, nous avons discuté, dégusté, affiné une stratégie.»

Pour tout ce qui n'est pas prédestiné à se retrouver dans ce milieu. Né en 1969, au Chili avec des origines midwaldiennes puisque son grand-père mater-

nie. L'industrie du vin au Chili connaît alors un boom, il veut y participer. «J'ai appris à apprécier toute la filière du vin, en partant des vignes, en passant par l'élaboration, les volets techniques, la promotion, les ventes. Plus complet que le marché des pommes par exemple.»

Des mentalités comparables en Suisse et au Chili

Au Chili, il découvre les énormes exploitations, devient œnologue assistant de la Viña San Pedro, qui récolte 50 millions de kilos de raisins et produit 6 millions de litres. A cette époque les Chiliens ne s'éduquaient pas au vin: «Sur le marché intérieur, on buvait du rouge et du blanc, sans indication de cépages, de régions, des deux sucrés. Pas terrible!» Les vins haut de gamme sont destinés à 98% à l'exportation, «le contraire de la Suisse qui exporte 2%». Pourtant les mentalités ne semblent pas si éloignées: «Dans les deux pays, les gens sont critiques, pas très fiers de leurs vins, on doit les rassurer.» Il pense que la Suisse peut développer ce secteur: «Il ne s'agit pas d'une échappatoire, lorsque la production est trop forte. Tout dépend des moyens consacrés, mais on peut un jour atteindre les 20%.»

Pour lui, Thierry Walz, directeur d'Uvavins, poursuit la bonne politique, notamment au Japon et au Canada: «Les Québécois apprécient le Doral.» Il travaille ensuite pour le Domaine Caliterra, puis part pour une vendange à

«J'ai appris à apprécier toute la filière du vin. Un métier complet.»

Rodrigo Banto
Œnologue chez Uvavins

Bordeaux et s'immerge dans l'Entre-deux-Mers d'André Lurton et une autre à Flora Springs, en Californie. «Je voulais travailler à l'étranger, beaucoup de Chiliens partent en Espagne ou recherchent le prestige en France.»

Il songe à son grand-père, aux liens qu'il unissent à la Suisse: «Je plonge dans la diversité folle du vignoble suisse; les petits volumes et les importations nombreuses dus à la situation géographique au milieu de l'Europe.» L'œnologue valdois Laurent Sommer lui parle



Rodrigo Banto s'apprête à relever les défis des vendanges 2013.

d'Uvavins à la recherche d'un œnologue maîtrisant l'allemand, pas de problème pour un Chilien ayant suivi une école suisse. Et soudain, dix ans de sa vie, surgis-

sent à la vitesse du vin au guillon. «C'est passé tellement vite, avec beaucoup de dégustations, ici chaque millésime est différent, au Chili les fluctuations sont minimum. Ma première vendange fut très précoce, cette année avec les conditions météorologiques et la grêle nous commencerons certainement mi-octobre. Il faudra couper plus, trouver des solutions par rapport à la fraîcheur de la cave.»

Rodrigo Banto et toute son équipe obtiennent aussi de beaux résultats avec «Inspiration 2009» qui devient meilleur Merlot du monde en 2010. Mais il se souvient surtout de 2006, un petit concours de vin à Morges où six Chasselas remportent les premières places «alors que je n'en avais jamais vinifiés avant d'arriver en Suisse.» Il salue la formation donnée par Philippe Corthay. Aujourd'hui Rodrigo Banto a appris à aimer ce blanc très atypique: «Il se situe à l'opposé du blanc international: aromatique, jeune et vif. Il est plutôt neutre avec peu d'acidité et pétillant, sans défaut.» Il trouve cette belle formule: «Il se met peu lui-même en valeur, donc il facilite les longues heures de discussions au carnotzet.» Rodrigo Banto aime aussi le Sauvignon blanc «mais lui on le sent partout.»

Les plus grands vins varient en fonction des saisons

Lorsqu'on lui demande de définir le plus grand vin qu'il n'ait jamais bu, il pense à Paolo Basso, meilleur sommelier du monde: «Il dit que son préféré c'est celui que l'on attend de déguster.» Mais Rodrigo Banto songe surtout à ce que

l'on mange, au moment que l'on passe, aux saisons. «L'été un rosé. Autour d'un plat de chasse en automne une Syrah ou un Gamaret. Un Garanoir ou un Doral pour des viandes mijotées. Et du Chasselas autour d'une fondue pour les hivers froids.» En Suisse, il salue aussi la recherche de pointe autour de la station de recherche Agroscope. Il regrette que le Chili ne s'y intéresse pas plus.

Il poursuit aussi le travail créatif entrepris par Uvavins avec la famille de chefs Ravet depuis 1989. «Eux donnent les impulsions, moi les solutions.» Il crée Gam-Abelle pour les desserts chocolats d'Isabelle: «Un Gamaret muté à l'alcool de Gamaret un peu doux, très fruité. Au Comptoir suisse, on présentera un Viognier.» On repense à Rodrigo Banto au milieu des vignes, doux et assuré à la fois et à son attentif public valdois.

**Malakoff
Onctuosité d'un beignet de légende**

Spécialité. La présentation du vin fut aussi l'occasion de goûter à un incontournable de Vinzel: le Malakoff. Ce savoureux beignet de fromage cuit dans le saindoux doit son nom au souvenir du passage des troupes de Napoléon par la Côte, en 1853, sa cuisinière avait nourri ainsi les mercenaires affamés. Au Restaurant Au cœur de la Côte, Philip Wolfsteiner et Doris Antonini perpétuent la tradition. aca

En bref

Suisse

Nouvelle hausse des nuitées en juillet

L'hôtellerie suisse a enregistré 4 millions de nuitées en juillet, soit une augmentation de 4,4% (+172 000 nuitées) par rapport à juillet 2012. Autant les hôtes indigènes qu'étrangers font état d'une progression, de respectivement 5% et 4,1%. Cette embellie concerne treize régions touristiques suisses sur quinze. Le Valais et Genève sont les deux seules régions à connaître une baisse de leurs nuitées de -3,3% et -2,6%.

L'automne, saison propice aux excursions



swiss-image.ch/Christof Sonderegger

Convaincus de la richesse de la saison automnale, Suisse Tourisme, les CFF et l'Union des transports renouvellent l'opération «Passport vacances» et «le billet accompagnant». Ils s'associent pour proposer plus de 250 excursions, 150 itinéraires de randonnées et près de 400 fêtes à découvrir aux quatre coins de la Suisse en transports publics et à des prix attractifs. Lors de sa première édition l'an dernier, 27 000 passeports vacances et 55 000 billets accompagnants avaient été vendus. htr

Valais

La nouvelle cabane de Tracuit a été inaugurée

La nouvelle cabane de Tracuit, sur les hauts de Zinal, a été inaugurée ce week-end. Refaite à neuf, seuls les murs historiques de la vieille cabane en pierre ont été préservés pour en faire une terrasse. Perché à 3526 mètres, la cabane de la section Chaussy du Club Alpin Suisse dispose de 116 lits, répartis en 7 dortoirs et 5 chambres de 4 lits. La nouvelle cabane est ouverte depuis le 27 juin et terminera la saison estivale le 22 septembre.

Vinea: une édition anniversaire gourmande



idd

Pour ses 20 ans, le Salon Vinea a attiré 8000 visiteurs sur trois jours dans les rues de Sierre, soit un jour de plus que les années précédentes et 1000 visiteurs de plus qu'en 2012. Ils ont pu déguster le vin de 200 producteurs, venant du Valais ainsi que des cantons de Vaud, Neuchâtel, Genève, Schaffhouse et du Tessin. Cette édition anniversaire marquait le tournant vers une approche plus gastronomique: les chefs étoilés du Swiss Food Festival de Zermatt ont concocté des bouchées pour accompagner la dégustation des Pinots et des Merlots primés lors du concours. lb

Château de la Bâtie Une histoire viticole et intellectuelle



Le château de la Bâtie, une résidence riche en destins, à Vinzel. ldd

Le château de la Bâtie, surplombant le village de Vinzel sur la Côte (Vaud) semble préservé des outrages du temps. Déjà au Moyen-Âge une tour de garde veillait. La demeure actuelle fut bâtie en 1722. Une fontaine d'eau de source et des arbres majestueux en guise d'accueil. On se perd dans la contemplation d'un cèdre planté par Augustin Pymme de Candolle. L'élégance flotte sur ce domaine privé dirigé par des femmes depuis six générations, dont les époux

furent parfois de prestigieux intellectuels comme l'historien et écrivain Gonzague de Reynold ou l'historien, épistolier et diplomate Carl Burckhardt. Henriette de Chiesa et sa fille Laura de Cormis ouvraient les portes du Château de la Bâtie avec douceur mardi pour la présentation du premier 1er grand cru Château de la Bâtie. Laura de Cormis et son mari Eric ont longtemps été actifs en champagne, lui comme architecte, elle comme responsable marketing de Veuve-Cluot.

Dans sa présentation, Laura de Cormis a rappelé qu'en tant que repreneurs, ils n'étaient que l'un des maillons de la chaîne, notamment à travers une famille de vignerons présente sur le domaine depuis cinq générations. Elle a dédié ce Premier Grand Cru (7000 bouteilles) à la mémoire de son père Piero Chiesa, récemment disparu.

Ce domaine de 7500 ceps par hectares intègre donc la prestigieuse famille des Premiers Grands Crus valdois. aca

En bref

International

Les hôtels Novotel renforcent le suivi de la clientèle

Accor lance un nouveau programme de satisfaction dans les 400 hôtels de sa marque Novotel. Porté par la promesse «Our mission, your satisfaction», le programme «You» repose sur quatre engagements: former les collaborateurs afin de renforcer leur degré d'implication; proposer un numéro de téléphone universel pour répondre aux problèmes des clients; garantir la gratuité si le problème n'est pas rapidement résolu; mettre en place un outil de suivi de satisfaction du client.

Jura

Les produits du terroir à l'honneur à Courtemelon



Le 5e marché et concours suisse des produits du terroir se tiendra les 28 et 29 septembre à Delémont-Courtemelon. Le jury évaluera la qualité de 900 spécialités régionales de 22 cantons suisses. Le public pourra les déguster lors du marché des terroirs, animé par 130 producteurs. Au programme également: des ateliers du goût avec dix grands chefs suisses et une conférence internationale sur les «Produits locaux, moteurs de l'économie régionale» le 27 septembre.

Vaud

Potentiel d'hôtel dans une vieille école du Lavaux



La commune de Bourg-en-Lavaux étudie la possibilité de ré-affecter plusieurs édifices. L'ancienne école, vide et vétuste, pourrait laisser la place à un hôtel ou plutôt: «un établissement de type chambre d'hôte ou auberge de jeunesse», indique Jean-Paul Demierre, municipal en charge du tourisme au journal «24 heures». Avec 4 hôtels et 200 lits environ, la commune peine à couvrir la demande touristique.

Genève

Carouge-Cornavin possible à nouveau en tram

Les habitants de Carouge et les touristes retrouveront une ligne de tram directe jusqu'à la gare Cornavin de Genève, qu'ils attendent depuis la suppression de la ligne 13, depuis 2011. Cette solution passe par le prolongement de la ligne 18 comme l'a indiqué «Le Temps». Une victoire pour l'Association des usagers des Transport publics genevois qui réclamait une solution. Elle ne retrouve pas le tram 13, mais la connexion est rétablie.

La station de Nendaz a mis en service un sentier panoramique d'altitude original. Court, il permet, en peu de temps de se divertir, d'apprendre et d'admirer une vue très étendue.

LAETITIA BONGARD

Un ciel dégagé à souhait, une température encore très estivale, une visibilité parfaite. Toutes les conditions étaient réunies il y a quelques jours sur les hauteurs de Nendaz pour tester le nouveau sentier panoramique que la station valaisanne vient de mettre à disposition de ses hôtes. Situé au Tracouet, à 2200 mètres d'altitude, à l'arrivée de la télécabine partant de Haute-Nendaz, ce sentier présente quelques caractéristiques originales. Comme le souligne le directeur de Nendaz Tourisme, Sébastien Epiney, il permet de découvrir «mille et une vues» en peu de temps, tout en apprenant et en se divertissant. Le public cible? Les juniors, les seniors et, bien sûr, les familles. Nendaz n'a pas le label «Familles Bienvenues» pour rien...

Grande variété de paysages sur un petit parcours

Ce sentier en boucle est court: 1,8 kilomètre. «Une petite heure, si on le fait sans pause», note le directeur de l'office du tourisme. Mais même s'il est court, il traverse des terrains variés qui donnent un bon aperçu du milieu ambiant: prairie sèche, pierrier, forêt d'arolles. Il emprunte en bonne partie des sentiers ou des traces existantes, seul un tronçon en pente est inédit. Ce sentier n'est pas tout plat: 133 mètres de dénivellation positive attendent les randonneurs au début de la balade qui seront toutefois compensés, vers la fin, par une dénivellation négative de même importance.

Neuf modules ou stations, construits de manière originale avec des bois de la région, sont répartis le long du parcours. Certains sont informatifs. L'un d'eux est consacré à la forêt de montagne, un autre aux dangers naturels et aux paravalanches, un autre encore à la faune

«Ce parcours, réduit et facile, combine des éléments ludiques et didactiques.»

Frédéric Bourban
resp. d'Ecoforêt



Le banc-transat situé sur le parcours permet de profiter d'une vue panoramique sur les Alpes bernoises.

ldd

Nendaz décliné en mille et une vues

lacustre, puisque le sentier se termine au bord du lac de Tracouet. Les textes sont courts et agrémentés de petits quiz.

D'autres modules sont ludiques, l'un permettant, par exemple, de tester son équilibre. D'autres, enfin, sont panoramiques. Dotés d'un banc d'école ou de banc-transat, ils offrent des vues splendides qui s'étendent du Bietschhorn (Alpes bernoises) au Mont-Blanc. Une place de pique-nique avec tables et bancs a également été aménagée. Lan prochain, les petits enfants trouveront encore plus de jeux. Placés à leur hauteur, précisent les initiateurs. Le

coût de cette réalisation a été d'environ 90 000 francs, réparti entre Nendaz Tourisme et Télé-nendaz.

Dans la continuité des efforts de la station pour valoriser ses sites

Novateur ce chemin? «C'est une évolution du chemin thématique», répond Frédéric Bourban, d'Ecoforêt, l'entreprise locale qui a conçu les modules. «Je ne connais pas d'autre sentier où l'on ait réussi à combiner des éléments ludiques et didactiques sur un parcours relativement réduit et facile.»

Pour Sébastien Epiney, l'aménagement de ce sentier s'inscrit dans une démarche visant à rendre la montagne accessible par les remontées mécaniques ou les chemins balisés. Il concrétise aussi les efforts entrepris depuis

plusieurs années par la station pour valoriser ses sites. «Outre le balisage, nous avons ainsi proposé des attractions le long des bisbes, par exemple ou sur le Chemin des Crêtes», dit-il. Avec cette

amélioration de la mise en scène, chère à l'ancien professeur Hansruedi Müller, on reconnaît la patte d'Enjoy Switzerland, programme auquel la station avait adhéré entre 2010 et 2012.

Inaugurations à venir: celle d'un hôtel et d'une nouvelle télécabine

L'hiver s'annonce de manière extrêmement positive pour notre station», indique Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme. Il s'explique: «Si 2012 a été une année de transition, 2013 est l'année de toutes les inaugurations.» La mise en service du sentier balisé au Tracouet en est une, mais il y en a d'autres plus importantes touchant à

l'infrastructure. En décembre, s'ouvrira, sur le site Mer de Glace, l'hôtel quatre étoiles supérieur et son spa de luxe de quelque 2300 m². Une nouvelle télécabine reliera Siviez à Plan-du-Fou et l'entrée de la station bénéficiera d'un nouvel aménagement routier. En juin, la commune avait inauguré une grande salle de gymnastique polyvalente.

lb

Valais/Wallis Promotion accélère

La directrice Karin Perraudin-Bertholet a pris ses fonctions et Karin Perraudin-Bertholet est nommée à la présidence. La structure Valais/Wallis Promotion inaugure la fin de sa phase transitoire.

LAETITIA BONGARD

Opérationnelle depuis le 1er janvier 2013, la structure de promotion intersectorielle Valais/Wallis Promotion peut réellement démarrer. L'arrivée du directeur Damian Constantin au 1er septembre met fin à huit mois d'une phase transitoire. Peter Furger en assumait la direction ad interim. Karin Perraudin-Bertholet, directrice des finances de la société La Montagne à Saillon et ancienne présidente du conseil d'adminis-



Karin Perraudin-Bertholet, présidente du comité.

ldd

tration de la Banque cantonale du Valais, a été nommée présidente du comité de Valais/Wallis Promotion. Désignée par le Conseil d'Etat, elle accèdera à ce poste le 1er octobre, où elle remplacera le conseiller d'Etat Jean-Michel Cina. Cette fonction lui avait été confiée de manière transitoire.

Faire des Valaisans des ambassadeurs de la marque

Au terme de sa première semaine de travail, Damian Constantin a fait part aux médias de sa vision du futur: «Nous devons renforcer la marque Valais vers l'extérieur comme vers l'extérieur.» Le nouveau directeur attache une importance particulière au renforcement intérieur de la promotion, il perçoit les autochtones comme des ambassadeurs. «Les Valaisans doivent être fiers de la marque Valais.» Il s'agit selon lui, d'une condition

sine qua non pour positionner durablement la marque au niveau national et international.

De manière générale, Damian Constantin plaide en faveur d'un «positionnement clair», «des messages pertinents», des «offres séduisantes, différenciées et orientées sur les besoins des clients.» A court terme, Valais/Wallis Promotion se concentrera sur les secteurs stratégie, communication, définition du produit, organisation, culture d'entreprise et le projet Valais 2015.

Au cours des derniers mois, le directeur ad interim Peter Furger et le comité ont surtout posé les bases de la nouvelle structure: assurer la continuité de la présence de l'économie valaisanne sur

le marché national et international; transposer le programme de promotion 2013 des associations; intégrer le personnel des différents secteurs de promotions à la nouvelle entité.

«Nous devons renforcer la marque Valais vers l'intérieur comme vers l'extérieur.»

Damian Constantin
Directeur Valais/Wallis Promotion

250 projets lancés dans 21 pays

Cette phase de mise en route n'a pas empêché la réalisation ou le lancement de plus de 250 projets de promotion, dans 21 pays. Valais/Wallis Promotion travaille à se faire un nom au-delà des frontières. Les foires de Paris, Berlin, Stuttgart lui ont permis d'enrichir son carnet d'adresse de 200 000 contacts clients. Le voyage de presse international qu'elle accueillera en août 2014, sur mandat de Suisse Tourisme, attirera quelque 150 journalistes du monde entier.

L'empire du soleil de Leysin

Les anciens sanatoriums du début du siècle ont été convertis en hôtels, puis en écoles privées. Les Journées du patrimoine rappellent l'histoire de la métamorphose de Leysin.

LAETTITA BONGARD

Des malades allongés à l'air libre recouverts d'épais duvets, installés en rang d'oignon face au soleil et au panorama alpin. L'image a fait le tour du monde. Station reconnue pour son ensoleillement généreux à l'abri du vent, Leysin comptait à son apogée dans les années 1940 près de 80 sanatoriums. Parmi ceux-ci de gros porteurs, comme le Grand-Hôtel et le Mont-Blanc Palace, mêlant avec subtilité les caractéristiques hôtelières et médicales. Malgré la reconversion de plusieurs d'entre eux dans les années 1960 au tourisme de masse, aucun n'a subsisté à ce jour en qualité d'hôtel. Jean-Marc Udriot, syndic de Leysin et administrateur de la société Reat qui exploite le Mercure Hôtel et l'Ibis budget à Leysin, parle de «volumes trop vastes pour assurer une rentabilité hôtelière, des charges trop lourdes pour être supportables.»

Bâtiments d'un autre temps, témoins d'une époque, celle où Leysin se positionnait dans le tourisme médical, plus particulièrement l'héliothérapie, la cure solaire mise au point et préconisée par le docteur Auguste Rollier pour le traitement de la tuberculose. Les Journées européennes du patrimoine de ce week-end ont rappelé l'histoire de ces perles architecturales, symboles de la notoriété internationale de Leysin au tournant du 20e siècle.

Le Grand-Hôtel s'inspire de la construction des palaces de plaine

Le développement de Leysin est étroitement lié au tourisme de Montreux. «Des tensions commençaient à apparaître dans le monde hôtelier à Montreux, où les malades côtoyaient les bien-pensants. Mais il ne faut pas négliger



Relevant de l'Heimatstil, l'aile ouest du Grand-Hôtel de Leysin qui date de 1903, comprend des galeries de cure et des balcons profonds.

Leysin American School/Add

l'intérêt économique qui a poussé le promoteur montreuais Ami Chessex à développer ses activités à Leysin», explique Liliane Desponds, historienne et spécialiste de la reconversion de Leysin. Le Grand-Hôtel, premier sanatorium de la station inauguré en 1892, fait office de figure de proue de ce nouveau marché. Henri Verrey signe l'architecture de ce bâtiment réalisé en deux temps, doté de 110 chambres. «Une proposition architecturale inédite, mêlant les acquis des hôtels de plaine à celle des sanatoriums existants à Davos et en Allemagne», relève Nicolas Rutz, étudiant en architecture et patrimoine à l'Université de Lausanne et responsable des visites lors des Journées du patrimoine.

Des caractéristiques prouvant l'attachement aux deux mondes, sans pour autant parvenir à délimiter une frontière claire: «On puise à la fois dans le faste de

l'hôtellerie avec un plan entrecours et jardin, des plafonds élevés, la présence d'un jardin d'hiver, d'une salle à manger d'apparat, de salons, d'une salle de billard et la sobriété du monde médical exprimé par des façades classiques, relativement sommaires.» L'aile ouest achevée en 1903, relevant de l'Heimatstil, prend davantage en compte les aspects médicaux. «Cette extension inclut des galeries de cure, des balcons profonds qui permettent d'y rouler les lits depuis la chambre. L'évolution de l'architecture correspond au changement de thérapie préconisée, de la cure d'air à la cure altérée», indique Nicolas Rutz.

Liliane Desponds mentionne la vie culturelle qui émane de l'arrivée des sanatoriums à Leysin. «Jusqu'à la Première Guerre, ces sanatoriums attirent l'aristocratie et la grande bourgeoisie d'Europe, de Russie, on recense même des

hôtes d'Asie, d'Inde.» Le Grand-Hôtel compte parmi eux Igor Stravinski dont la femme était patiente, Marie Curie, Joséphine Baker, Rainer Maria Rilke. «Ils déménageaient pour de longs séjours de plusieurs mois, voire des années. La population éclate à Leysin, atteint jusqu'à 4500 habitants résidents», relève l'historienne.

Les sanatoriums réexploités par des tour-opérateurs européens

Le renforcement des normes d'hygiène, de prévention ainsi que l'arrivée sur le marché suisse d'un antibiotique influent sur la fréquentation des sanatoriums dès la fin du deuxième conflit mondial. «Les petits établissements, arrivés plus tard sur le marché suite à la démocratisation du traitement, subissent les premiers», note Liliane Desponds. L'hospitalisation militaire permet aux grands sanatoriums d'amortir ce creux jusque

dans les années cinquante, le dernier sanatorium ferme en 1964. Cette période coïncide avec la démocratisation du tourisme, conséquence des congés payés. «Une belle opportunité pour Leysin qui disposait déjà d'une infrastructure pouvant accueillir ce nouveau tourisme de masse.» La clientèle de luxe disparaît au profit d'un tourisme familial et populaire. Le Grand-Hôtel et le Mont-Blanc abritent les activités de deux tour-opérateurs européens, le Club Med et son pendant germanique Touropa. D'autres organisations, elles de tourisme social, suivront comme le Touring-Club, Intersoc. Leur présence participe à façonner le nouveau visage de la station. Leysin travaille à son image en puisant dans sa renommée: son ensoleillement et ses bienfaits, une station jeune, dynamique et sportive. Elle développe ses transports, crée un domaine skiable.

Les camps de vacances attirent la jeunesse. «L'intérêt d'écoles internationales prêtes à investir dans ces grandes coques vides, des gouffres énergétiques, est perçu comme une chance pour la station», note Liliane Desponds. Une reconversion qui perdure jusqu'à ce jour, avec la présence de la Leysin American School dans l'ancien Grand-Hôtel, la Swiss Hotel Management School au Mont-Blanc Palace. «Ces écoles garantissent des lits chauds à la station, confortent la position de Leysin au niveau international», relève le syndic Jean-Marc Udriot. Preuve que la station continue de s'adapter au marché et à sa clientèle: l'arrivée du groupe hôtelier Accor dans la station, avec l'Hôtel Mercure Classic franchisé en 2008 puis l'Ibis budget en 2012. Là aussi, le critère «mondialement connu» a motivé son implantation. Soleil à effet magnétique.

Les gens

Nouveau visage au Musée d'art du Valais

Céline Eidenbenz deviendra la nouvelle directrice du Musée d'art du Valais, elle entrera en fonction le premier octobre 2013. Cette titu-



ltd

laire d'un doctorat ès lettres a étudié l'histoire de l'art, enseigné aux universités de Lausanne et de Genève et déployé une activité internationale à travers conférences, publications et expositions. Elle est spécialiste de l'art 1900, noyau de la collection du musée. Et aussi de l'art indien contemporain et de la représentation de la folie, de l'hystérie et de l'hypnose. Elle succède à Pascal Ruedin, promu à la direction des musées cantonaux.

L'éthique du tourisme après le commerce



swiss-image.ch/Sebastian Derungs

Pascal Lamy présidera le comité mondial d'éthique du tourisme pendant quatre ans à compter du premier septembre 2013. L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) vient d'approuver à l'unanimité sa désignation. Economiste de renom, il a dirigé l'Organisation Mondiale du Commerce pendant les huit dernières années. Il s'agit d'un organisme indépendant chargé d'interpréter, d'appliquer et d'évaluer les dispositions du code mondial du tourisme. Il succède à Dawid de Villiers qui a été secrétaire général adjoint de l'OMT et ministre en l'Afrique du Sud.

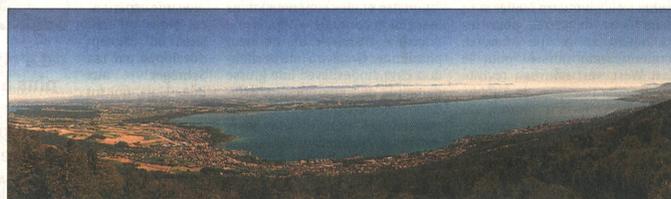
Un directeur du e-commerce pour le groupe Accor

Romain Rouleau (photo) a rejoint le groupe Accor début août en tant que directeur e-commerce en charge des ventes web directes. Il



ltd

sera rattaché à Jean-Luc Chretien, directeur général distribution. Il aura pour mission de définir la stratégie des ventes en ligne réalisées par le portail Accorhotels.com et l'ensemble des sites de marque du groupe, de leurs contenus, des nouveaux services, du développement du trafic, ainsi que des sites mobiles et applications. Il apportera son expertise e-commerce pour atteindre les objectifs 2016. aca



Le panorama de la webcam vu depuis Chaumont.

ltd

Prises de vue à 360 degrés

Neuf nouvelles webcams vont être installées par Tourisme Neuchâtelois, pour diffuser ses panoramas dans le monde entier.

Tourisme Neuchâtelois va s'équiper de nouvelles webcams, un modèle haute définition qui permet de réaliser des prises de vue à 360 degrés. Ceci afin de remplacer l'ensemble de ses webcams en place depuis plusieurs années.

Neuf nouveaux appareils seront disposés dans les prochains mois sur l'ensemble du territoire neuchâtelois.

«Le but est de pouvoir diffuser dans le monde entier les extraordinaires panoramas dont regorge le Pays de Neuchâtel», indique Tourisme Neuchâtelois dans un communiqué. Des images qui s'intégreront activement à la campagne promotionnelle 2014 de Suisse Tourisme «360 degrés», peut-on lire dans un communiqué. La première web-

cam vient d'être installée en fin de semaine dernière au sommet de la tour panoramique de Chaumont. «L'endroit offre un point de vue époustouflant sur le Pays des Trois-Lacs, ainsi que sur la chaîne des Alpes.» Une caméra similaire, propriété d'une entreprise horlogère est déjà opérationnelle au Locle. Des images en direct du Doubs, de la vallée de La Brévine, du Creux du Van, de la Vue des Alpes et des villes vont compléter l'offre dans les prochains mois. aca



Les couloirs de l'Hôtel N'vY, un projet de boutique hôtel du groupe Manotel, issu du repositionnement de l'Hôtel Epsom.

succès.» Le groupe a fait le choix de communiquer ces chiffres, il a réalisé un chiffre d'affaires de près de 50 millions en 2012 et prévoit de dépasser les 55 millions en 2013. En créant des marques fortes le groupe «évite le cannibalisme potentiel, puisque nos établissements sont concentrés dans un même périmètre.»

La nouvelle place occupée par les quatre étoiles supérieur

Pour Marc-Antoine Nissille, les quatre étoiles supérieur occupent une place très intéressante sur le marché, alors que de nombreuses sociétés internationales ne descendent plus dans des cinq étoiles: «L'Hôtel Bristol est bien positionné dans le classicisme, alors que l'EastWest se situe dans le contemporain.» Au sein du groupe Manotel, les deux établissements de cette catégorie proposent une philosophie différente, «tradition en mouvement» pour le Royal et «style très contemporain» pour le N'vY issu du repositionnement de l'Epsom, qui était le deuxième gros porteur du groupe après le Royal. «Le projet N'vY n'a pas encore un an, nous avons peur d'être trop en avance sur notre temps, mais nous sommes très confiants, il a l'air de plaire.»

Paul Muller, juste de retour d'un voyage aux Etats-Unis où il a visité de nombreux établissements, note que l'hôtellerie suisse reste «très traditionnelle». Les deux derniers boutique hôtels créés à Genève, le EastWest et la Cour des Augustins résultent de possibilités d'acquiescer un bâtiment: «Ensuite le groupe analyse quel concept correspond à l'endroit. On peut aussi imaginer qu'un concept précède l'achat d'un immeuble», analyse Marc-Antoine Nissille. Mais le marché immobilier actuel ne s'y prête guère.

Pour le groupe Manotel, Paul Muller estime que «si une opportunité se présente en Suisse nous la saisissons, mais nous visons des établissements de 60 à 150 chambres exclusivement dans des centres urbains de Suisse». Il relève que les hôtels sur le marché se trouvent plutôt sur des zones aéroportuaires à Zurich, Bâle et Berne. «Ou alors il s'agit d'objets que l'on ne peut pas réinventer à l'image de notre groupe.»

Autres hôtels genevois

L'hôtellerie de la cité de Calvin se diversifie. Le marché des boutique hôtels trois et quatre étoiles s'illustre par son dynamisme. Des positionnements apparaissent en lien avec les demandes de la clientèle.

ALEXANDRE CALDARA

Le boutique hôtel est-il l'avenir de l'hôtellerie genevoise? La question semble provocante, pourtant le dynamisme de ce secteur existe, les nombreuses rénovations, extensions et quelques acquisitions le prouvent. Les positionnements d'établissements trois ou quatre étoiles sont clairs. «Art de vivre» pour les six hôtels du groupe Manotel; «contemporain raffiné» pour le East West, «art nouveau revisité avec modernité» pour le Tiffany, tous deux faisant partie du groupe suisse AdHotels; «comme à la maison» pour l'Hôtel Mon Repos; «novateur et résolument urbain» pour la Cour des Augustins; «goût anti conformiste» pour

le Rotary MGallery du groupe Accor.

Genève brille à travers son hôtellerie de luxe cinq étoiles et pignon sur rade et vue imprenable sur le Léman. Pourtant, juste en retrait vit aussi un nouveau marché ceux des trois étoiles (et trois étoiles supérieur), quatre étoiles (et quatre étoiles supérieur) dans le segment boutique. «Depuis une douzaine d'années on ne peut plus limiter Genève à une destination cinq étoiles; avec une grosse demande de tours-opérateur asiatiques pour des quatre étoiles gros porteur. Les hôteliers par leurs initiatives et en suivant le marché offrent des alternatives, avec un ou plusieurs services en moins, mais de qualité. De ce fait les

quatre étoiles genevois sont devenus de véritables quatre étoiles et les trois étoiles boutique mettent en avant leurs différences», explique Marc-Antoine Nissille, président de la Société des hôteliers de Genève.

«Nous avons décidé de vendre une expérience»

Paul Muller, président de Manotel, premier groupe hôtelier du canton, estime que son groupe a été précurseur dans ce change-

ment: «Dans les années 2000 nous avons été convaincus que nous ne pouvions plus vendre qu'une chambre, mais bien une expérience. Nous référent ainsi au concept développé par Ian Schragger aux Etats-Unis, qui fut un précurseur avec un établissement tel le Mondrian.» Il note encore que le tout premier hôtel

boutique de Genève fut l'Hôtel d'Angleterre, dans le segment cinq étoiles.

Pour Marc-Antoine Nissille, directeur du Tiffany et de l'EastWest, les goûts de la clientèle ont évolué: «Elle est plus aventureuse et ne veut plus retrouver le même standard de confort de grands groupes américains partout. Les indépendants et les plus petits doivent se démarquer par des concepts forts.» L'Hôtel Mon Repos, indépendant depuis trois générations

boutique: «Un mot qu'on n'utilise pas, on ne veut pas être trop à la mode. On préfère garder l'âme de nos grands-parents en ressortant les vieux meubles de la cave et en leur ajoutant des couleurs, des tissus.» Pour Paul Muller depuis la crise financière de 2008-2009 on assiste «à un glissement de clientèle et nos établissements avec des thèmes particuliers leur correspondent, c'est la raison de notre

(trois étoiles supérieur), sort de ses rénovations depuis une année: «La clientèle actuelle est très exigeante, elle veut tout, tout de suite, ce qu'elle demande d'entrée c'est l'accès internet à haut débit gratuit», explique Olivier Keller, assistant de direction. Mais pour lui la réponse ne passe pas forcément par le qualificatif de



«La clientèle est plus aventureuse. On doit lui proposer des concepts forts.»

Marc-Antoine Nissille
Prés. des hôteliers de Genève

Taille. La limite d'un boutique hôtel se situerait à 150 chambres en Suisse.

Difficile de trouver la définition pour la Suisse d'un boutique hôtel. Selon nos interlocuteurs, sa limite en taille se situerait à 150 chambres. Il se démarque par sa décoration et la sensibilité de son service. Les six hôtels du groupe Manotel se situent dans le quartier vivant et cosmopolite du Paquis regroupant au total 610 chambres. Ils se nomment: le N'vY, le Royal, l'Auteuil, l'Edelweiss, le Kipling et le Jade.

L'EastWest se situe dans le même quartier. Il comprend 41 chambres et suites. L'Hôtel Tiffany compte 65 chambres et suites, il se situe rue de l'Arquebuse près du quartier des banques, qui devient celui des galeries et bars à vins.

L'Hôtel Mon Repos se situe dans le quartier des Nations Unies, il dispose de 80 chambres.

L'article n'évoque pas les boutique hôtels cinq étoiles en vogue aussi à Genève. aca

ANNONCE

Jet-Cut
system de recharge Inox
swiss made

économise le travail des pros
alustar **Recharge Jet-Cut**
chez votre grossiste

PURITY Steam
PURITY C Quell ST

Une saveur à besoin d'une eau.
L'eau à besoin de BRITA®.

<http://professional.brita.ch>

„Offrez à vos clients un linge de table haut de gamme“

Leinenweberei Bern AG®
Tissage de Toiles Berne SA
www.lwbern.ch

toutpourlacuisine

PISTOR

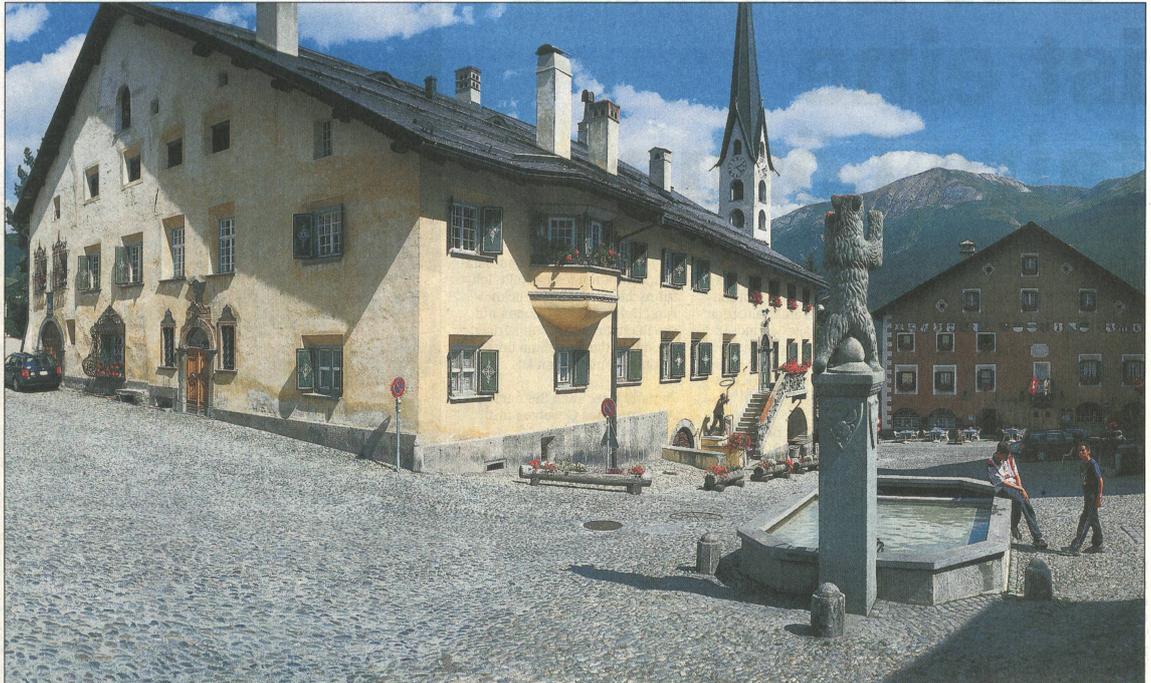
Hügli

100% digeste
100% savoureux
l'assortiment sans lactose ni gluten

À NOUVEAU
Caméobouillon lactose
www.hueglifoodservice.ch

Das vorgeschlagene Zweitwohnungsgesetz löst in den Bergkantonen Zuversicht aus. Aber der Illusion einer breiten Vermietung der kalten Betten gibt sich niemand hin.

ALEX GERTSCHEN



Zuoz ist eine von vielen Berggemeinden, die nach dem gestoppten Zweitwohnungs-Boom neue Zukunftsprojekte entwickeln müssen.

swiss-image.ch/Ch. Sonderegger

Keine falschen Hoffnungen

In den Bergkantonen ist eine vorsichtige Zuversicht bezüglich der Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative auszumachen. An einer von der Beratungsfirma Grischconsulta und der Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) organisierten Tagung in Zürich sagte SAB-Direktor Thomas Egger am Dienstag, das Gesetz sei «auf gutem Wege». Heidi Z'Graggen, Urner Justizdirektorin und Mitglied der

Regierungskonferenz der Bergkantonen, glaubt an eine «gute Zukunft», sofern der Staat den beschleunigten Strukturwandel begleite. Hierzu müssten wohl einige ordnungspolitische Prinzipien geopoert werden.

Noch sind zahlreiche wichtige Fragen ungeklärt

Die Hoffnung auf eine pragmatische Umsetzung der Initiative und intakte Entwicklungschancen

wird jedoch von vielen offenen Fragen belastet. Eine betrifft die künftigen Geschäfts- und Finanzierungsmodelle in der Hotellerie (vgl. das Interview auf Seite 12), eine andere das Bewirtschaftungspotenzial der kalten Betten. Aufgrund von Studien zu Davos und Zuoz schätzt Grischconsulta, dass landesweit nur ein Drittel der 250 000 Zweitwohnungen vermietet wird und die Bettenauslastung unter 20 Prozent liegt.

Doch sowohl auf der Angebots- wie auf der Nachfrageseite dürften einer stärkeren Nutzung enge Grenzen gesetzt sein. Die Umfragen von Grischconsulta lassen vermuten, dass nicht vermietende Zweitwohnungsbesitzer schwerlich zur Vermietung zu bewegen sind. Drehen die Gemeinden aber zu sehr an der Sanktionsschraube, sind in mancher Hinsicht kostspielige Konflikte unvermeidbar.

Dabei ist nicht nur an Rechtsstreitigkeiten wie jene in Silvaplana zu denken (s. Seite 13). «Zweitwohnungsbesitzer sind gute Gäste, die wir pflegen wollen», sagte an der Tagung selbst der streitlustige Zermatter Gemeindepräsident Christoph Bürgin. Der scheue Bewusstseinswandel, der sich in diesen Worten ausdrückt, dürfte durch Wertschöpfungsstudien wie jene von Grischconsulta und die verbesserte Interessenvertretung der Zweitwohnungsbesitzer bewirkt werden sein. Letztere waren in Zürich ebenfalls vertreten und wiesen darauf hin, dass viele Wohnungen gar nicht den Anforderungen für eine externe Vermietung entsprächen.

Tatsächlich rief die Tagung in Erinnerung, dass die Umwandlung der kalten in warme Betten



U. Wohler (Direktor TESSVM, li.), M. Bertschinger (E-Domizil), C. Clavadatscher (Loga) an der Zweitwohnungs-Tagung in Zürich. arg

nicht primär eine Frage des politischen Willens, sondern des Marktes ist. Urs Wohler, Direktor der DMO Engadin Scuol Samnaun Val Müstair, sagte, dass beim Angebot durchaus Verbesserungen möglich seien. «Dank einer 2010 lancierten Parahotellerie-Offensive haben wir den Anteil Wohnungen, die dem Klassifikationssystem des Schweizerischen Tourismus-Verbandes (STV) angeschlossen sind, um 10 Prozent gesteigert.» Auch die Online-Sichtbarkeit sei verbessert worden. Am wichtigsten aber sei wohl, dass für die heterogene Masse der Zweitwohnungsbesitzer überhaupt eine Plattform

für den Informationsaustausch errichtet worden sei.

Hinsichtlich der Gestaltung und vor allem der Qualitätssicherung des Angebots war auch Kritik am Gesetzesentwurf zu vernehmen. Es geht um die Bestimmung, dass neue Wohnungen dann gebaut werden dürfen, wenn sie «auf einer auf den internationalen Markt ausgerichteten, kommerziellen Vertriebsplattform angeboten» werden. Hierzu befragte Vermittler von Zweitwohnungen halten diese Anforderungen für relativ lasch.

Fortsetzung auf Seite 12

Zuoz im Vergleich mit Davos

Grischconsulta hat am Dienstag die Ergebnisse einer Umfrage präsentiert, die im April in Zuoz unter Zweit- und Ferienwohnungsbesitzern durchgeführt worden war. Die Studie ergänzt und erhärtet Erkenntnisse, die die Churer Beratungsfirma im Februar zur Zweitwohnungssituation in Davos publiziert hatte.

In beiden Graubündner Gemeinden sind Zweit- und Ferienwohnungen von überragender Bedeutung. Während sie in Davos für 80 Prozent des Betten-

angebots und 60 Prozent der Logiernächte verantwortlich sind, liegen in Zuoz die entsprechenden Anteile gar bei 88 bzw. 83 Prozent. Die Differenz macht die in Davos viel stärker entwickelte Hotellerie aus.

In beiden Gemeinden vermietet nur ein Drittel der Besitzer die eigene Wohnung, was eine tiefe durchschnittliche Bettenauslastung von 17 Prozent in Davos bzw. 18 Prozent in Zuoz zur Folge hat. Auffallend ist, dass praktisch jeder einheimische, aber nur jeder fünfte

auswärtige Besitzer vermietet. Roman Grossrieder von Grischconsulta betonte in seiner Präsentation, dass 80 Prozent der Wertschöpfung im Betrieb und der touristischen Nutzung anfallen (in Abgrenzung vom Bau und Handel), Zweit- und Ferienwohnungen also trotz ihrer tiefen Auslastung nachhaltiger seien als allgemein angenommen. Dies habe auch damit zu tun, dass die Besitzer pro Tag wesentlich mehr ausgeben als zum Beispiel Tagesgäste oder Ferienwohnungsmieter. axg

www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Hotellerie Erwin Müller

www.erwinmueller.ch

JOBELINE

www.jobeline.ch

ANZEIGE

aktuell – wo Meinungen gemacht werden
10 Wochen lang
für CHF 29.00

Telefon 031 740 97 93
abo@htr.ch
www.htr.ch

htr hotelrevue

«Der Entwurf ist eine faire Lösung»

Der Direktor der Hotelgesellschaft für Hotelkredit, Philippe Pasche, hält den Gesetzesentwurf zu Zweitwohnungen für fair. Dennoch sieht er noch wichtige offene Fragen.

ALEX GERTSCHEN

Herr Pasche, in der Hotellerie macht sich der Eindruck breit, dass die Branche mit dem Gesetzesentwurf über Zweitwohnungen zufrieden sein kann. Teilen Sie diese Ansicht? Mit der Regel, dass in den betroffenen Gemeinden im Rahmen von strukturierten Beherbergungsformen bis zu 20 Prozent der neu geschaffenen Nutzfläche für frei nutzbare Zweitwohnungen verwendet werden dürfen, ist das Hauptanliegen der Hotellerie respektiert worden. Diese Regel ist in der zurzeit gültigen Verordnung nicht enthalten.

Haben die Branchenvertreter also alles richtig gemacht? Noch ist das Gesetz nicht verabschiedet, aber bereits jetzt kann man sagen, dass sich die Tourismusbranche insgesamt sehr konstruktiv verhalten hat. Auch die Arbeit der Verwaltung in diesem schwierigen Umfeld hat mich beeindruckt.



© Peter Vulli

Philippe Pasche

Zudem ist mir aufgefallen, dass bei den Leistungsträgern das Bewusstsein gestärkt worden ist, dass sie Teil einer einzigen Wertschöpfungskette sind. Das Problem des einen geht auch die anderen an. Ich hoffe, dass dieses gegenseitige Verständnis von Dauer sein wird.

Zurück zum Inhalt des Entwurfs: Sind die 20 Prozent Zweitwohnungsanteil hoch oder tief? Ich denke, dass sie unter den politischen Umständen eine faire Lösung darstellen.

Erachten Sie sie auch als wirtschaftlich tragbar? Diese Frage kann man nicht pauschal beantworten. Umso wichtiger wird die regelmässige Untersuchung der Wirkungen des Gesetzes sein. Hingegen ist bereits heute klar, dass die Wertschöpfung künftig vorwiegend im touristischen und nicht mehr im Immobiliengeschäft wird stattfinden müssen und dass die Weber-Initiative in vielen Tourismusregionen einen Wandel des Geschäftsmodells bewirken wird.

Wie hat sich die Annahme der Initiative bisher ausgewirkt? Bei der SGH haben wir einen eindeutigen Rückgang bei den Finanzierungsanfragen

und einen Anstieg bei den Beratungsanfragen festgestellt. Ich führe die generelle Zurückhaltung bei den Investitionen auf die Rechtsunsicherheit zurück, die durch die Annahme der Initiative entstanden ist.

Demnach rechnen Sie nach der Annahme des Gesetzes mit einer Belebung? Ein Boom ist natürlich nicht zu erwarten, aber eine spürbare Zunahme – vor allem bei grösseren Projekten, die im Vergleich zu kleineren öfter auf hybriden Betriebs- und Finanzierungsmodellen beruhen. Doch warten wir erst ab, ob der vorliegende Entwurf so angenommen wird. Einige Anpassungen wird es ja bestimmt noch geben.

Was meinen Sie damit? Ein Anliegen ist, dass auch Ausländer strukturierte Beherbergungsbetriebe erstellen dürfen, die Zweitwohnungen verkaufen. Unter der Respektierung der Lex Koller gilt es, hier eine pragmatische Praxis zu entwickeln. Auch ist noch zu definieren, was unter der Formulierung zu verstehen ist, dass 20 Prozent Zweitwohnungen nur dann gebaut werden dürfen, wenn ein Betrieb nur so «wirtschaftlich geführt beziehungsweise weitergeführt werden» könne.

Befürchten Sie, dass die fortgeführte Möglichkeit zum Bau von Zweitwohnungen den Strukturwandel verzögert? Grundsätzlich nicht, denn die 20-Prozent-Regelung würde ja nur für Neubetriebe gelten.

«Die Problematik der Querfinanzierung ist von der Lex Weber unabhängig.»

Philippe Pasche
Direktor Schweiz, Ges. f. Hotelkredit



Swiss Alp Resort in Grindelwald als Beispiel: Hybride Geschäftsmodelle werden wichtig bleiben. zvg

Die sind ohnehin an die neuen Marktbedingungen angepasst. Aber wichtig wird eben sein, was man unter einem «wirtschaftlich geführten Betrieb» versteht.

Wieso? Die Problematik der Querfinanzierung von Hotelbetrieben durch Gewinne aus Immobilien-geschäften bleibt ja unabhängig von der Lex Weber dieselbe: Wenn mit solchen Gewinnen der Investitionsaufwand auf ein langfristig rentables Niveau gesenkt beziehungsweise die Ertragskraft langfristig gestärkt wird, dann ist eine Querfinanzierung sinnvoll. Mit einem solchen Ansatz würde das Gesetz den Strukturwandel

positiv unterstützen, zumal bestehende, aber nicht mehr zu-kunfts-fähige Hotels vom Markt genommen und unter bestimmten Bedingungen vollständig in Zweitwohnungen umgebaut werden können.

Ein Hotelier hat sich mir gegenüber gefreut, dass die 20-Prozent-Regel die Branche de facto privilegiere. Niemand sonst könne künftig noch Zweitwohnungen erstellen. Geben Sie ihm recht? Die Regel stellt ein investitionsstützendes Entgegenkommen an die Hotellerie, aber keinen Vorteil gegenüber Dritten dar. Man will schliesslich den nachhaltigen Aufenthaltstourismus beleben. Die anderen

Formen einer touristisch bewirtschafteten Wohnung, die Einlieger- und die auf einer kommerziellen Vertriebsplattform angebotene Wohnung, werden dadurch nicht eingeschränkt.

Zudem dürfen bei aller Freude über die 20-Prozent-Regel die restlichen 80 Prozent nicht vergessen werden. Sehen Sie erste Hinweise darauf, wie diese Finanzierungslücke künftig geschlossen wird? Die am 26. Juni vom Bundesrat angekündigten Massnahmen zur Vergrösserung des finanziellen Spielraums der Hotelgesellschaft für Hotelkredit sind sicherlich ein Beitrag zur Deckung dieser Finanzierungslücke.

Fortsetzung von Seite 11

Ob der STV, der in der Qualitätssicherung von vermieteten Ferienwohnungen eine Schlüsselrolle einnimmt, diesbezüglich noch intervenieren wird, konnte Direktorin Barbara Gisi nicht sagen. Das Geschäft sei noch in der internen Vernehmlassung, sagte sie am Rande der Tagung. Thomas Egger, der laut eigenen Angaben in der Arbeitsgruppe mit Raimund Rodewald von der Stiftung Landschaftsschutz den Passus erarbeitet hatte, hält entsprechende Sorgen für unbegründet. Die internationale Vermarktung

sei eine von mehreren im Entwurf enthaltenen Bedingungen. Dass im Gesetz die internationale Vermarktung hervorgehoben wird, wurde an der Tagung aber allgemein begrüsst. Auf Anfrage der htr hotel revue sagte Marc Bertschinger von E-Domizil, dass im Ausland das grösste Nachfragepotenzial liege. «In der Schweiz ist das Problem, dass die Nachfrage dann am grössten ist, wenn die Verfügbarkeit am geringsten ist – in den Schulferien.» Denn über 60 Prozent der E-Domizil-Kunden seien Familien. Einen weiteren Grund für das Potenzial im Ausland sieht Bert-

singer in den Qualitätsansprüchen: Da viele Zweitwohnungen 30 und mehr Jahre alt seien, genügen sie oftmals den Ansprüchen von Schweizern nicht mehr. Ausländischen Gästen reiche ein solches Angebot – bei entsprechenden Preisen – eher. Kein zusätzlicher Druck auf Ferienhotellerie zu erwarten Das zu erwartende Wachstum im Online-Vertrieb – gerade ins Ausland – darf laut Bertschinger aber nicht über die Grenzen der Zweitwohnungs-Bewirtschaftung insgesamt hinwegtäuschen. Diese Interpretation wird von an-

deren Marktteilnehmern geteilt. Laut Cornelia Clavadätscher von der Engadiner Loga Immobilien AG kommt es selbst in Spitzenzeiten nicht vor, dass die Nachfrage das Angebot übertrifft. Auch Martin Göppert von der Gstaader Consulta GmbH warnt vor der Hoffnung, dass eine intensivierete Bewirtschaftung eine merkliche Nachfragezunahme bewirken werde. Der «brutale Druck» insbesondere auf kleinere Hotelbetriebe, den der Zermatter Gemeindepräsident Christoph Bürgin an der Tagung prophezeite, wird ihrer Meinung nach ausbleiben.

hotelleriesuisse begrüsst Entwurf

Der Branchenverband hotelleriesuisse hat diese Woche dem Bundesamt für Raumentwicklung mitgeteilt, dass er den Gesetzesentwurf des Bundesrates grundsätzlich begrüsst. Die «Kernforderungen» der Hotellerie, die bereits in der gültigen Verordnung berücksichtigt seien und die Umnutzung bestehender sowie den Neubau neuer (sogenannt strukturierter) Beherbergungsbetriebe betreffen, würden auch im Gesetzesentwurf erfüllt. Der wichtigste Einwand bezieht sich auf Wohnungen

ausserhalb solcher Betriebe, die laut dem Entwurf dann gebaut werden dürfen, wenn sie «auf einer auf den internationalen Markt ausgerichteten, kommerziellen Vertriebsplattform angeboten» werden. hotelleriesuisse befürchtet aufgrund dieser Formulierung den missbräuchlichen Bau «verdeckter» Zweitwohnungen. Deshalb fordert der Verband strengere Anforderungen, etwa den Anschluss einer Wohnung an das Klassifikations-system des Schweizerischen Tourismus-Verbandes. axg

impresum
htr hotel revue
Die Schweizer Pachzeitung 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. Chefredaktorin: Sabrina Glanzmann/sag
Assistentin Chefredaktion und Spezialprojekte: Sabrina Jörg Patoku

Ressortleitung:
aktuell: Daniel Stampfli/dst

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

Redaktoren: Laetitia Bongard/lb, Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/tl, Gudrun Schenckel/gsg
Grafik und Produktion: Roland Gerber/gr, Andrea Husstein/ah, Daniel Steim/ste
Korrektur: Paul le Grand.
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak.

htr Online
Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Alessch/npa
Praktikum: Arbhresha Velji/vav
Koordination: Daniel Steim

Verlag
Leitung: Barbara König.
Assistent: Albin Häni.
Stelleninsetzer: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Arbhresha Velji/vav
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller, Michael Müller.

hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: WEMF-Beglaubigt 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
Abonnement: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch,
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

Der Präzedenzfall Silvaplana

Verschiedene Gemeinden planen eine Lenkungsabgabe auf Zweitwohnungen. Ob eine solche überhaupt zulässig ist, hängt vom Bundesgerichtsentscheid zu Silvaplana ab.

GÜDRUN SCHLENCZEK

Nach Kanton sind die Gemeinden nicht befugt, zusätzlich eigene Steuern zu erheben. Deshalb spricht man in Silvaplana auch nicht von einer Zweitwohnungssteuer, sondern lieber von einer Lenkungsabgabe, welche über das Baugesetz der Gemeinde legitimiert werden soll. Ziel ist, dass Zweitwohnungsbesitzer jährlich zwei Promille vom Steuerwert ihrer Zweitwohnung der Gemeinde schulden, sofern sie sie nicht vermieten. Aktuell liegt der Fall jedoch beim Bundesgericht. Zahlreiche Einsprachen der örtlichen Zweitwohnungsbesitzer haben dazu geführt, dass sich jetzt die Richter in Lausanne mit der geplanten Lenkungsabgabe beschäftigen. Das Zünglein an der Waage wird sein, ob die Lausanner Richter die Lenkungsabgabe als solche anerkennen oder sie als Steuer einstufen.

Berner Regierungsrat begrüsst eine Lenkungsabgabe

Das Vorhaben in Silvaplana entstand aus der Not: Da bisherige Geldquellen aus dem Zweitwohnungsbau wie die Ersatzabgabe für nicht erfüllte Erstwohnungen mit dem neuen Zweitwohnungsgesetz versiegen, musste Gemeindepräsidentin Claudia Troncana nach neuen Geldtöpfen suchen. Man wolle mit dem Geld aus der Lenkungsabgabe aber nicht einfach nur die Gemeindekasse aufbessern. «Unser Ziel ist, Hotelförderung zu betreiben.» In Silvaplana sind zwischen 1995 und 2007 vier Hotelbetriebe und fast 300 Hotel-Betten verschwunden. Ein Hotelförderungsgesetz soll einem weiteren Hotelsterben entgegenwirken. Das Gesetz sieht vor, dass die Gemeinde Darlehen und A-fonds-perdu-Beiträge für Hotelinvestitionen vergibt. «Ohne Lenkungsabgabe werden wir in Zukunft aber keine Hotelförderung mehr betreiben können,»



Silvaplana will mehr warme Betten: Die Lenkungsabgabe auf Zweitwohnungen soll die Hotelförderung ermöglichen und zur Vermietung anregen. swiss-image.ch/Christof Sonderegger

konstatiert die Gemeindepräsidentin. Trotzdem meint Claudia Troncana: «Ich habe lieber eine ausgelastete Zweitwohnung als das Geld.» Noch ungelöst ist für sie die Anerkennung der Eigen-



«Ohne Lenkungsabgabe können wir keine Hotelförderung mehr betreiben.»

Claudia Troncana
Gemeindepräsidentin Silvaplana

usage. «Das ist enorm schwierig, da der Eigengebrauch der Wohnung nur schwer kontrollierbar ist.» Mit dem Entscheid des Bundesgerichts rechnete Claudia Troncana eigentlich schon im April. Aber nicht nur die Bündner Gemeinde wartet gegenwärtig sehnsüchtig auf eine Nachricht aus Lausanne. Auch in anderen Touristischemuskantonen halten Gemeinden ihren Blick nach Lausanne respektive Silvaplana gerichtet. Wie im Kanton Bern. Dort hat Ex-Grossrat Emil von Allmen eine Motion für eine jährliche Len-

kungsabgabe auf Zweitwohnungen eingereicht. Im Juni hat der Regierungsrat die Motion angenommen. Der Regierungsrat ist auch bereit, die in der Motion formulierte Forderung umzusetzen. Unter der Voraussetzung, dass wirklich Handlungsbedarf besteht. «Wir warten ab, wie das Bundesgericht im Fall Silvaplana entscheidet», verdeutlicht Katalin Hunyady, stellvertretende Vorsteherin des Amtes für Gemeinden und Raumordnung. Entscheidend sei, ob die Richter in Lausanne die Lenkungsabgabe als Steuer oder als Kausalabgabe einstufen. Handelt es sich um eine Steuer, muss der Kanton Bern legislative Schritte unternehmen, da die Gemeinden nur Steuern erheben können, welche abschliessend durch das kan-

tonale Recht definiert sind. Eine entsprechende Bestimmung würde im Baugesetz Einzug halten und, wenn alles glatt läuft, Mitte 2016 in Kraft treten. In Grindelwald, wo der Zweitwohnungsanteil bei 56 Prozent liegt und gerade mal ein Drittel davon bewirtschaftet ist, will man dieses Datum erst mal abwarten. Und dann mit den umliegenden Gemeinden die Ausgestaltung der Lenkungsabgabe absprechen. «Damit es nicht zu einer Abwanderung interessierter Zweitwohnungsbesitzer in andere Gemeinden kommt», betont Gemeindepräsident Emanuel Schläppi.

Kanton Wallis hat für Gemeinden ein Musterreglement erarbeitet

Im Wallis haben verschiedene Tourismusdestinationen zusammen mit dem Kanton ein - noch nicht offizielles - Musterreglement für Gemeinden zur Förderung der Bewirtschaftung von Zweitwohnungen erarbeitet. Dieses sieht ebenfalls eine Ersatzabgabe in der Höhe von zirka 1,5 Prozent des Katasterwertes der Wohnung vor. Gleichzeitig wartet man auf den

Entscheid des Bundesgerichts. «Wenn Silvaplana eine Absage bekommt, wird es für uns sehr schwierig», meint Bellwalds Gemeindepräsident Martin Bittel. Doch nicht nur aus Lausanne droht Gegenwind. Nicht gerechnet hatten die Gemeindevertreter mit einem derartigen Aufstand der Zweitwohnungsbesitzer kurz nachdem das Reglement für eine Lenkungsabgabe Anfang August auflag. Nach vier Tagen und 130 Einsprachen hat die Gemeinde dieses wieder zurückgezogen. Der Gemeinderat will nun bis Oktober zwei bis drei neue Varianten ausarbeiten. Vorsichtig ist man inzwischen auch in Zermatt. «Es war mein Fehler, dass ich im Vorfeld nicht mit den Zweitwohnungsbesitzern das Gespräch suchte», gibt Gemeindepräsident Christoph Bärli unumwunden zu. Das soll jetzt nachgeholt werden. «Die Zweitwohnungsbesitzer sind gute Gäste.»

Über die Verwendung des Geldes herrscht keine Einigkeit

Über die Verwendung der Einnahmen aus der Lenkungsabgabe

herrschen bei den Gemeinden unterschiedliche Vorstellungen. Während Silvaplana klar auf Hotelförderung setzt, will Zermatt die allgemeine und die touristische Infrastruktur darüber mitfinanzieren. «Hotelförderung ist Aufgabe von Kanton und Bund», so Bärli.

Für Juristin Katalin Hunyady dagegen liegt es in der Natur der Sache, dass die Lenkungsabgabe auch im Kontext der Lenkung eingesetzt werden muss. Insbesondere also für ein ausgewogenes Verhältnis von Erst- und Zweitwohnungen, aber auch für die Hotelförderung. Aber nicht für touristische Infrastruktur, so ihre Meinung.

Falls die Lenkungsabgabe für Zweitwohnungen Realität wird, dürfen sich die Gemeinden auf jeden Fall über einen schönen Zustupf in die Gemeindekasse freuen. Ob die Lenkungsabgabe nämlich in nennenswertem Umfang warme Betten schafft, das bezweifelt Martin Bittel. «Die Abgabe wird vor allem Geld bringen. Ein Grossteil der Zweitwohnungsbesitzer wird nie vermieten.»

ANZEIGE

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

PRESENTED BY

htr hotel revue

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Vote now!

Hotel-News auf einen Klick?



Der elektronische Newsletter von hotelleriesuisse informiert Sie ...

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

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



hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.


hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Hotel-Komfort verkürzt die Spitalpflege

Das Unispital Lausanne wird als erstes Schweizer Akutspital ein Patientenhotel erhalten. Der Betrieb soll von der Reliva AG geführt werden, mit einem klaren Ziel: Kosten sparen.

GUDRUN SCHLENCEK

In den USA, Skandinavien und Grossbritannien ist das Patientenhotel in Ergänzung zum Akutspital gang und gäbe: Riesige Komplexe auf dem Campus des Spitals beherbergen hier jene Patienten, welche auf die Infrastruktur eines Spitals nicht mehr angewiesen sind, den Weg nach Hause oder in eine Rehabilitationsklinik aber noch nicht antreten können.

Die Vorteile von solchen spitalergänzenden Einrichtungen mit Hotel-Charakter liegen auf der Hand: Zum einen sollen so Kosten gespart werden, zum anderen soll die angenehme Hotel-Atmosphäre zu einer schnelleren Genesung der Patienten beitragen. Dass diese Form der Patientenunterbringung nun auch in der Schweiz Einzug hält, ist deshalb nicht zuletzt auch eine Folge des neuen Spitalfinanzierungssystems über Swiss DRG und des damit entstehenden Kostendrucks.

Medizinische Verantwortung bleibt beim Spital

Das erste Patientenhotel will nun die Reliva AG, Zürich, als Betreiberin für das Lausanner Unispital CHUV realisieren. Geplant ist ein Hotel mit 100 Zimmern, das das eher nüchtern wirkende CHUV mit seinen 900 Betten ergänzt. Die medizinische Verantwortung und auch die Abrechnung über die Krankenkasse bleiben unter der Hoheit des

CHUV. Das Unispital wird durch die Reliva AG für die erbrachte Hotel-Leistung.

Mitaktionär der Reliva AG und Reliva-Verwaltungsratsdelegierter Christoph Glutz nennt noch weitere Gründe, warum ein Patientenhotel durchaus Sinn macht: Zum einen seien die Patientenansprüche gestiegen – ein Einzelzimmer, wie es ein Patientenhotel bietet, wird heute auch durch allgemein Versicherte sehr geschätzt. Das in Lausanne geplante Patientenhotel orientiert sich am Niveau eines 3-Sterne-Hotels, ohne jedoch explizit Sterne anzustreben. Die Zimmer sollen Hotel statt Spitalcharakter aufweisen. Zum anderen sollen Aufenthaltsbereiche und Restaurant den sozialen Kontakt und die Bewegung fördern. «Die Gäste im Patientenhotel sollen ihre Mobilität zurückgewinnen», so Glutz.

Entsprechend viel Wert wird auf ein attraktives Gastronomieangebot gelegt. Für das Erarbeiten des Restaurant-Konzepts wurde bewusst ein Hotel- und nicht ein Spital-Profi beauftragt: Adrian Stalder, Ex-Hoteller im «Sarat», Pontresina, soll für die gewünschte Hotel-Stimmung sorgen. «Das Restaurant soll Lebensfreude vermitteln», betont Adrian Stalder. Er plant eine teilweise offene Küche, dank der die Gäste dem Hantieren der Küchen-Profis zuschauen können. Tische, welche zum Kommunizieren einladen und eine Bar, an der Menschen mit Rückenproblemen auch stehend in Kontakt kommen können, sind weitere Elemente.

Eng wird mit dem CHUV nicht nur medizinisch sondern auch bei der Verpflegung zusammengearbeitet: «Im Patientenhotel wird viel Inhouse-Convenience aus der Zentralküche des CHUV weiter-

verarbeitet werden,» verdeutlicht Stalder.

Patientenhotel am CHUV soll 2016 bezugsbereit sein

Christoph Glutz ist überzeugt, dass ein Aufenthalt in einem Patientenhotel «deutlich weniger» kostet als in einem Spital. Zum einen sind die Kosten für die Infrastruktur deutlich tiefer: Er rechnet in Lausanne mit Investitionen wie für ein Seniorenzentrum. Zum anderen seien auch die Personalkosten geringer: Glutz geht davon aus, dass zwei Drittel der Belegschaft in den Bereichen Hotellerie, Administration und Reinigung beschäftigt sein werden, ein Drittel in der Pflege – ebenfalls ähnlich wie in einem Seniorenzentrum. Zudem soll ein Aufenthalt im Patientenhotel den Gesamtauf-



«Ein Aufenthalt in einem Patientenhotel kostet deutlich weniger als im Spital.»

Christoph Glutz
Reliva AG

enthalt nicht verlängern. Zielgruppen eines Patientenhotels sind aber nicht nur Patienten: Angehörige und Familienmitglieder sind genauso willkommen, jedes Zimmer des Patientenhotels auf dem CHUV-Campus erhält ein Bettsofa für eine Begleitperson. Ansprechen will Glutz darüber hinaus noch Seminar-Kunden aus dem Umfeld des CHUV.

Bezugsbereit wird das neue Haus auf dem CHUV-Campus Anfang 2016 sein. Der Baustart ist für 2014 geplant. Reliva veranschlagt 34 Millionen Franken für den Bau. Die Immobilieninvestition wird durch eine Pensionskasse getätigt, deren Namen noch geheim ist.

Im Gespräch ist Christoph Glutz auch bereits mit weiteren Spitalern. Es bestehe ein erhebliches Interesse am Thema Patientenhotel, meint der Reliva-Delegierte. Namen möchte er aber keine nennen.



Patientenhotel Mannheim als Vorbild: Das Restaurant erinnert in keiner Art an ein Spital.

Bilder zvg



Hotelatmosphäre statt sterile Spitalwelt: Der Patient soll sich wohl fühlen und so schneller genesen.

Pilot Mannheim Auslastung noch ausbaufähig

Vorbild für das Patientenhotel in Lausanne ist jenes in Mannheim, welches an der Reliva AG beteiligt ist und dieser als Wissens- und Referenzpartner dient. In Deutschland war das Patientenhaus auf dem Gelände des Universitätsklinikums Mannheim das erste dieser Art. Eine Studie des deutschen Krankenhaus-Instituts zum Betriebsjahr 2011 hat gezeigt, dass die Auslastung mit

65% (ohne Wochenende 85%) der erwarteten Mindestauslastung entspricht. Trotzdem ist die Belegung noch nicht dort, wo sie die Betreiber gern hätten. So weist die Gynäkologie, welche in skandinavischen Ländern die meisten Kunden in einem Patientenhotel zählt, noch erhebliche Belegungsressourcen vor. Die Studie ergab ebenfalls, dass der Behandlungsaufwand im Patientenhotel nicht per se klei-

ner ist als im Spital. In einigen Fachgebieten wie der Geriatrie oder Neurologie fällt der Case-Mix-Index als Indikator für den Behandlungsaufwand kleiner aus als in der verlegenden Fachabteilung. In anderen Gebieten wie der Orthopädie ist es genau umgekehrt. Gemäss Studie soll deshalb nicht die Fallschwere ausschlaggebend sein, sondern das Low-Care-Potenzial gegen Ende des Aufenthalts. gsg

ANZEIGE

Der Schweizer  Snackspezialist vereint Tradition und Innovation.

Unser Sortiment an ausgewählten, frisch produzierten Snacks ist perfekt abgestimmt auf die Bedürfnisse der heutigen Zeit. Der Produzent der Toast Master Spezialitäten, Romer's Hausbäckerei AG, ist Garant für konstante Qualität, eine lückenlose Servicekette sowie ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis.

Verlangen Sie unsere Produktdokumentation:
Telefon 055 293 36 55, info@toastmaster.ch, www.toastmaster.ch

Toast · Master

swiss  snacks



Focaccia mit Frutenfleisch, Schmelzkäse und Basilikum gefüllt

TM 8/13

Hotellerie

«Belarosa» neu bei Romantik Hotels & Restaurants



Romantik Hotels & Restaurants haben weiteren Zuwachs erhalten: Als 27. Schweizer Mitglied ist neu das **Belarosa Hotel in Arosa** in die Gruppe aufgenommen worden. Damit stammt laut Mitteilung nun jedes dritte Mitglied aus dem Kanton Graubünden. Laut Gastgeber Sven Bodenmann erhoffe man sich, künftig Synergien nutzen und die ausländischen Märkte besser angehen zu können.

Tourismus

Interhome und «Get your Guide» gehen Kooperation ein

Der Ferienhausvermittler Interhome bietet neu rund 9000 Touren, Ausflüge und Aktivitäten in ganz Europa an. Dies resultiert aus der Zusammenarbeit mit Get Your Guide, dem auf diese Bereiche spezialisierten Online-Anbieter. Laut Interhome-CEO Simon Lehmann entstehe für die Kunden dadurch ein «erheblicher Mehrwert»: «Interhome geht als Vacation Rental Partner eine Kooperation mit dem derzeit innovativsten Tourenvermittler weltweit ein.» sag

Kolumne

Sommer ohne Balkon



Sarah's

Sarah Quigley ist Schriftstellerin. Sie wuchs in Neuseeland auf, machte ihren Doktor der Literatur in Oxford und lebt jetzt in Berlin. Für die htr schreibt sie über die schönen Seiten des Lebens.

Letzten Frühling zog ich wieder in das Berliner Quartier, in dem ich zuerst gewohnt hatte. Das Scheunenviertel hat sich in den vergangenen zehn Jahren dramatisch verändert. Wie ich so umherspazierte und die engen Strassen wieder kennenlerne, sehe ich riesige Gebäude mit Glasfronten, Läden, Galerien und Luxuswohnungen. Früher gab es hier viele leere Flächen mit kniehohem Gras und Döner-Wagen. Jetzt gibt es Weinbars und Restaurants wie dasjenige von Albert Raurich – früher Chef de Cuisine im berühmten «El Bulli» –, wo die Speisen ausgestellt sitzen, wie teure Fische in einem Aquarium.

Aber das Haus, in dem ich wohne, eines der ältesten in Ostberlin, ist wie ein kleines Schmuckstück aus der Vergangenheit. Die Treppe ist winzig und gewunden, die Wände bröckeln ein wenig und geben den Blick frei auf uralte, mit Stroh gefüllte Bausteine. Der Hinterhof ist eine städtische Oase: riesige Kastanienbäume, massenhaft Wildblumen und eine grosse Wiese, auf welcher die Nachbarkinder an ihrem David-Beckham-Talent feilen. Gegenüber meinem Schlafzimmer, auf der anderen Strassenseite, ist der teuer konstruierte, erstaunlich minimalistische Betonblock-Hauptsitz des britischen Architekten David Chipperfield. Jeden Morgen, wenn ich meine Vorhänge öffne, sehe ich eine Schar Maurer, die eifrig in den grossen, leeren Räumen hämmern und alles für die Eröffnung vorbereiten.

Als ich im kühlen April in meine kleine Wohnung unter den Dachziegeln einzog, fühlte es sich gemütlich wie ein Nest an. Als der Sommer begann und die Temperaturen anstiegen, zogen die Chipperfield-Maurer ihre Hemden aus, und ich wartete, um zu sehen, welche Probleme die Hitze mit sich bringen würde: zu wenig Luftzirkulation, Hitzschlag an meinem Pult und so weiter. Aber mein kleines Nest blieb äusserst bewohnbar. Das einzige Problem war, dass ich unter einem schlimmen Anfall von Balkon-Neid zu leiden begann.

Alle andern in meinem Haus, alle Nachbarn im Umkreis von mehreren Kilometern haben einen Balkon. Einige haben zwei. (Grrr!) Einige züchten Kräuter, einige Blumen. Und jeder Einzelne von diesen Balkon-Menschen schwelgt in seinem Aussenraum. Jeden Abend sitzen sie da, essen und trinken und grillieren und schwatzen – und ich stehe bleich und neidisch da und drücke meine Nase an meinem balkon-

losen Fenster platt. Meine Nachbarn sind allerdings nicht nur privilegiert, sie sind auch äusserst höflich.

Diesen Sommer war ich zu mehr Grillfesten eingeladen als in meinem ganzen Leben zuvor. Jeden Samstagabend zieht der herrliche Duft von angebratenem, fein mariniertem Fleisch zu meinem Fenster hinauf, gefolgt von der Frage: «Kommst du zu uns?». Am Ende jedes dieser Feinschmecker-Abende wird die Frage gestellt: «Wer ist nächstes Wochenende dran?». Dann huschen die Augen meiner Nachbarn mit viel Takt und ein wenig Mitleid über mich hinweg. Woche für Woche werde ich vom Amt des Chef-Grillierers ausgenommen, weil niemand auch nur einen Abend dieses viel zu kurzen Sommers in einer kleinen Küche unter dem heissen Dach zubringen will.

Jetzt, im September, da die Abende kürzer werden und der Himmel grau aussieht, fühle ich mich insgeheim erleichtert. Bald werde ich mich von der Schuld der Nicht-Gastgeberin, dem scharfen Schmerz der Balkon-Benachteiligten befreien können. Und bald werden die Maurer ihre Hemden wieder anziehen, und ich werde hören, wie sich die Fenstertüren in ganz Berlin schliessen.

Und das Essen im Freien wird nichts als eine schöne Erinnerung sein, und ich werde wieder kochen lernen und alle meine Nachbarn zu herzhaften Herbstmahlzeiten mit Schweinebraten und Wurzelgemüse einladen – gegessen wird in einer warmen, gemütlichen Küche, die ganze Nacht drinnen, ganz ohne Neid-Beilage.

Deutsch von Renate Dubach.

Das englische Original: www.htr.ch/sarah

Unsere Kolumnisten

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

ANZEIGE

Das Profi-Sortiment für festliche Buffets



Über 6.000 Produkte – hier finden Profis alles für

➔ Buffet & Küche

➔ Theke & Verkauf

➔ Bewirtung

Chafing Dishes in edler, sehr schwerer «Elite-Qualität» erheben jedes Buffet zur festlichen Tafel. Gestell, Rolltop und Speisebehälter sind aus hochglanzpoliertem Chromnickelstahl 18/10 gefertigt. Die Deckel sind jeweils aus einem Stück gezogen und können wahlweise im 90°- und 180°-Winkel aufgestellt werden.

Gebührenfreie Bestell-Hotline 0800 11 33 66

HUBERT
www.hubert-online.ch



Jetzt GRATIS Katalog anfordern!

HUBERT hat's!
über 6.000 Produkte!

Sieger mit brennendem Interesse

Die besten Schweizer Brenner 2013/2014 sind gekürt. Mit 442 Proben verzeichnet die nationale Edelbrandprämierung Distisuisse dieses Jahr eine Rekordbeteiligung.

Was haben die Brennerei Humbel in Stetten (AG), die Brennerei S. Fassbind in Oberarth (SZ), die Spezialitätenbrennerei Zürcher in Port (BE) und die Distillerie Diwisa in Willisau (LU) gemeinsam? Klar, sie sind offensichtlich alles Brennereien, aber seit letztem Samstag sind die vier Betriebe sogar offiziell die «Brenner des Jahres 2013 bis 2014». Sie haben bei der nationalen Edel-

brandprämierung der Vereinigung Distisuisse in mindestens vier verschiedenen Kategorien Gold gewonnen und deshalb diesen Titel erreicht. Ihre Ehrung war denn auch der Höhepunkt an der Distisuisse-Schlussfeier im Berner Hotel Bellevue Palace, zu der sich über Gäste versammelt hatten.

Unter der Leitung der Forschungsanstalt Agroscope und mit logistischer Unterstützung der Eidgenössischen Alkoholverwaltung EAV beurteilte eine 26-köpfige Expertenjury insgesamt 442 eingesandte Proben, was laut Distisuisse eine neue Rekordbeteiligung bedeutet. Insgesamt 67 Destillate wurden mit Gold belohnt; sie erzielten 91 oder mehr von insgesamt 100 Punkten. 17 Kategoriensie-

ger wurden speziell mit einer Medaille geehrt.

Der Sonderpreis «Käsebrand» ging an den Wildkirsch der Brennerei Z'Graggen in Lauerz, der Sonderpreis «Zigarrenspirituose» an den Bündner Haselnuss-Rahmlikör von Kindschi in Schiers. Etter Söhne aus Zug durfte für seinen sortenreinen Lauerzkerkirsch den Sonderpreis für die höchste Note der Prämierung entgegennehmen.

Die Edelbrandprämierung von Distisuisse findet alle zwei Jahre statt. Das Ziel laut Reglement ist es, den Schweizer Spirituosenherstellern eine neutrale Beurteilung ihrer Destillate zu ermöglichen. sag

Die detaillierten Resultate auf www.distisuisse.ch



Mit der Auszeichnung «Brenner des Jahres 2013/2014» wurden im Hotel Bellevue-Palace in Bern Vertreter der Brennereien Zürcher, Diwisa, Humbel und Fassbind geehrt.

Wettbewerb

Swiss Hotel Film Award: Voting läuft noch eine Woche

Die Spannung steigt beim Swiss Hotel Film Award 2013: Noch bis zum nächsten Mittwoch, 18. September läuft das Online-Voting für den Publikumspreis. Bis dahin kann für den persönlichen Favoriten aus allen produzierten Kurzfilmen abgestimmt werden. Beim diesjährigen, dritten Swiss Hotel Film Award von Trägerin hotele-riessuisse wurden insgesamt 20 nominierte Kurzfilme in Mitglieder-hotels in der ganzen Schweiz produziert.

www.swisshotelfilmaward.ch

News

Die Gewinner des Kulturlandschafts-preises sind gekürt



Der Kulturlandschaftspreis der Regionalkonferenz Oberland Ost und der Tourismusorganisationen geht 2013 an folgende Weide- und Wiesenlandschaften: «Ufen Furen» in Grindelwald, «Blindlau» in Guttannen und «Antseeuven» an der Grosse Scheidegg. Zum neunten Mal wird mit dem Preis die Leistung der Bewirtschafter zugunsten Berner Oberländer Landschaften anerkannt.

www.kulturlandschaftspreis.ch

Neuer Online-Marktplatz für Abenteuer-Fans

Kusuru, ein Online-Marktplatz für Abenteueraktivitäten, ist in diesen Tagen lanciert worden. Das Start-up will es Abenteuer-Fans ermöglichen, Aktivitäten wie Gleitschirmflüge, River Rafting oder Skydiving diverser Anbieter auf einer Plattform zu finden und direkt zu buchen. Die User können sich zudem austauschen und die Aktivitäten bewerten. Kusuru weist in der Schweiz laut eigenen Angaben bereits das grösste Angebot im Abenteuerbereich auf. In den nächsten Monaten werde dieses weiter ausgebaut und parallel gegenüber Kunden vermarktet.

www.kusuru.com

Papiliorama: Schutz von Tropenwald in Belize



Das Papiliorama Kerzers hat 2013 23 500 Hektaren Tropenwald geschützt. Seit die Stiftung Papiliorama 1989 das Shipstern Naturschutzgebiet in Belize, Zentralamerika auf 9000 Hektaren gegründet hat, wird es von der Stiftung finanziert und unterstützt. 2013 konnte im Projekt in Belize nun dank eines Co-Managements für bestehende Schutzgebiete, deren Schutz bisher vernachlässigt wurde, besagte Hektarenzahl geschützt werden. Die Fläche entspricht in etwa 1,4-mal der Fläche des Schweizer Nationalparks.

Diese Woche startet die Aronia-Ernte in der Schweiz. Die extrem gesunde, schmackhafte Apfelbeere hat eine tolle Zukunft – auch in der hiesigen Gastronomie.

RENATE DUBACH

Die diesjährige Schweizer Aronia-Ernte wird gegen 25 Tonnen betragen – eine Bonsai-Ernte, verglichen mit den Prognosen von 500 bis 600 Tonnen in ein paar Jahren. Aronia ist auch als schwarze Apfelbeere bekannt. Oder als Powerbeere, und das bringt ihr Innenleben schon besser auf den Punkt: Sie strotzt nur so vor hochwirksamen Inhaltsstoffen, welche nicht nur die Gesundheit fördern, sondern auch helfen sollen, jung zu bleiben. Zu einer ganzen Reihe von Vitaminen und Mineralstoffen kommt nämlich die Substanz OPC hinzu, die über ein überdurchschnittlich hohes Zellschutzpotenzial gegenüber Angriffen freier Radikale verfügt. Was heisst, OPC schützt Zellen, verbessert die Sehstärke, verjüngt Haut, Bindegewebe, Blutgefässe und soll sogar Arteriosklerose rückgängig machen können. Laut einigen Studien soll Aronia dank ihren Polyphenolen vor unkontrollierter Zellwucherung – also Krebs – schützen.

Robuste, pflegeleichte Beere mit viel Potenzial

Keine andere Beere kann dem mithalten – wenn das alles stimmt. «Sicher ist, dass Aronia-Beeren den Blutdruck und den Cholesterin-Spiegel senken und Verdauungsproblemen entgegen-



Kleine Früchtchen, grosse Wirkung: Die Aronia-Beeren enthalten viele wertvolle Vitamine und Mineralstoffe.

Fokolia

Die wertvollste Beere der Schweiz

wirken. Und es laufen einige weitere Studien», sagt dazu Jürg Weber. Der Geschäftsführer der IG Aronia Schweiz im thurgauischen Hüttwilten rät, einen halben Deziliter Saft oder etwa 20 bis

25 getrocknete Beeren pro Tag zu konsumieren. Und wie zeigt sich die Wirkung? «Schwierig zu formulieren», sagt Weber, aber man merke, dass etwas fehle, wenn man ein paar Tage keine Aronia-

Beeren gegessen habe. Eigentlich erstaunlich, dass so wenige diese Superbeere kennen. In der Ostschweiz ist sie um einiges bekannter als in der übrigen Schweiz, ganz einfach, weil die meisten der aktuell rund 45000 Pflanzen in den Kantonen Thurgau, St. Gallen und Schaffhausen kultiviert werden, ein paar Hundert der gut zwei Meter hohen Sträucher wurden auf Zürcher, Aargauer, Solothurner und Berner Boden angepflanzt. «Ja, es braucht noch einiges, deshalb haben wir 2009 auch die IG Aronia gegründet, zur Koordination der Produzenten und um sie zu vertreten. Und hauptsächlich, weil Aronia vom Gesundheitsaspekt her eine unglaublich interessante Beere mit einem Riesenzugabe ist», sagt Weber. Es geht aber schon 2013 einiges: Bis Ende Jahr wird sich die Anbaufläche von 20 Hektaren fast verdoppelt und die Zahl der Pflanzen bei 70 000 bis 80 000 liegen. Und die Aronia wird weiter expandieren, da ist man sich sicher. Der Strauch, der ursprünglich aus Nordamerika kommt, ist sehr robust, pflegeleicht und ideal an die klimatischen Bedingungen der Schweiz angepasst.

Achtung – Farbe! Aronia für den Tourismus

Man kann auch Konfitüre aus den Beeren herstellen oder Sorbet, es gibt Tee und in Schokolade getunkte Aronia. Und man kann mit dem Beeren Saft aromatisieren: Demnächst gibt es Aronia-Fruchtgummi. Die Agro-Marketing-Stelle des Kantons Thurgau lässt rote Fruchtgummi-Apfelchen herstellen, als Give-away für Thurgau Tourismus. Diese ziemlich coole Verbindung zwischen Tradition und Innovation – Apfel und Aronia – heisst dann «Thurgauer Öpfelbeerli» und wird von der Thurgauer Firma Joga Med in Altnau hergestellt. Allein zum Einfärben braucht es nicht viel Saft pro Gummi-Beerenchen, denn in den Aronia-Beeren stecken extrem viele Anthocyane, die für die kräftige Farbe verantwortlich sind. Anders gesagt: Aronia pflückt man lieber nicht im weissen Hemd.

Ganz generell geht «äusserst gesund» selten mit «geschmacklich gut» einher. Die Aronia-Beeren machen da eine Ausnahme.

Achtung – Farbe! Aronia für den Tourismus

Man kann auch Konfitüre aus den Beeren herstellen oder Sorbet, es gibt Tee und in Schokolade getunkte Aronia. Und man kann mit dem Beeren Saft aromatisieren: Demnächst gibt es Aronia-Fruchtgummi. Die Agro-Marketing-Stelle des Kantons Thurgau lässt rote Fruchtgummi-Apfelchen herstellen, als Give-away für Thurgau Tourismus. Diese ziemlich coole Verbindung zwischen Tradition und Innovation – Apfel und Aronia – heisst dann «Thurgauer Öpfelbeerli» und wird von der Thurgauer Firma Joga Med in Altnau hergestellt. Allein zum Einfärben braucht es nicht viel Saft pro Gummi-Beerenchen, denn in den Aronia-Beeren stecken extrem viele Anthocyane, die für die kräftige Farbe verantwortlich sind. Anders gesagt: Aronia pflückt man lieber nicht im weissen Hemd.

www.aroniabeere.ch

Getränke Aronia im «Tröpfel»

Die Einsatzmöglichkeiten von Aronia-Saft sind noch lange nicht ausgeschöpft. Zwei innovative Thurgauerinnen aromatisieren ihren Schaumwein damit. Nicht nur etwas von «Tröpfel» gehört, dem alkoholfreien Schaumwein aus «Traube und Öpfel»? Patricia Dähler-Kraus probierte vor Jahren an einem Getränk ohne Alkohol herum: «Es sollte etwas Stilvolles und Spezielles sein, eine echte Alternative zu Mineralwasser oder Orangensaft, für jemanden, der beispielsweise keinen alkoholhaltigen Aperitif möchte», blickt die Wirtin des Restaurants Klingenzellerhof in Mammern zurück.

Viele Experimente später hatte sie den optimalen Mix: zwei Drittel Saft aus Riesling- und Johanner-Trauben, ein Drittel Saft aus zwanzig verschiedenen Apfelsorten. Es müssen auch Äpfel von Hochstammäbäumen



Innovativ: Patricia Dähler (links) und Esther Schaefer. zvg

dabei sein, um die Säure optimal hinzubekommen.

Zur Unterstützung holte Patricia Dähler-Kraus die Wirtin vom Mammerner «Adler», Esther Schaefer-Meier, ins Boot. Zusammen startete das Duo 2005 mit einer ersten Produktion von 900 Flaschen, Winzer Othmar Lampert füllte sie in seinem Weinkeller in Steckborn ab. Er tut dies auch heute noch, aber jetzt sind es über 30 000 Fla-

schen jährlich. Lamperts alte Champagnerabfüllanlage genügt längst nicht mehr. «Wir mussten investieren, in eine Abfüllanlage und eine Etikettiermaschine», sagt Patricia Dähler. Und zum ursprünglichen «Tröpfel demi-sec», den einige etwas süss fanden, ist ein «brut» mit etwas Hopfen drin dazugekommen, und eben der «Tröpfel rosé» mit 5 Prozent Aronia-Saft. «Die Beere gibt unserem Schaumwein eine schöne Farbe und eine erfrischende Note», sagt Dähler.

Der sehr feinperlige Aronia-Schaumwein passe prima zu Grilladen und zu Lachs. Die Beeren dazu müssten handgelesen sein, nicht maschinell, sonst enthielten sie zu viel Gerbstoffe. Sie stammen auch aus dem Thurgau, von Obstbauer Koni Stäheli in Egnach.

www.troepfel.ch

Touristisches Erlebnis zur Schau stellen

«Remember Lucerne»: Studierende der Hochschule Luzern zeigen im Historischen Museum 44 touristische Werke.

FRANZISKA EGLI

Was bleibt uns von einer Stadt in Erinnerung? Was macht eine Stadt wie Luzern überhaupt attraktiv, und welchen Beitrag kann Design leisten, um die Bedürfnisse von Touristen zu befriedigen? 56 Studierende der Fachrichtungen Innenarchitektur, Objekt-, Material- und Textildesign haben sich in einem interdisziplinären Projektmodul «Produktentwicklung»

der Hochschule Luzern – Design & Kunst mit dem touristischen Erlebnis befasst und dabei Produkte und Szenarien entwickelt. 44 Werke werden ab 27. September in der Ausstellung «Remember Lucerne» im Historischen Museum Luzern präsentiert. Ein Team hat sich mit «3h» etwa mit den touristischen Stationen von Reisenden aus China befasst: Diese haben in der Regel



Der Klappstuhl als Tour-Begleiter und Souvenir.

zvg

drei Stunden Zeit für ihre Tour durch Luzern. Davon inspiriert hat der Innenarchitektur-Student Samuel Urwyler einen praktischen, kostengünstigen Klappstuhl entwickelt, den die chinesischen Touristen auch als Souvenir mit nach Hause nehmen können. Die Ausstellung dauert bis 9. März 2014.

www.rememberlucerne.ch

Das Gerangel um den Kringel

Kleines Gebäck ganz gross: Der Cronut, eine Mischung aus Croissant und Donut, sorgt in New York für Warteschlangen. In der Schweiz baut die Bäckerei Jowa ihr Verkaufsnetz aus.

SABRINA GLANZMANN

Bitte versuchen Sie, den Gehsteig für die Passanten frei von Hindernissen zu halten und reduzieren Sie die Lautstärke Ihrer Gespräche auf ein Minimum. Das ist nicht die Warnung an Partygänger nachts vor einem Nachtclub, das sind Anweisungen für Bäckereikunden in New York, die sich frühmorgens um sechs für ein kleines, rundes Gebäck vor der «Dominique Ansel Bakery» die Beine in den Bauch stehen. Sie alle wollen einen «Cronut», das aktuell wohl gehypteste Gebäck überhaupt – seinen Namen verdankt es der Kombination von mehreren frittierten Croissantteig-Schichten und seiner Donut-Form- und Füllung. Bäcker Dominique Ansel, der aus früheren Stationen wie etwa bei 3-Michelin-Sterne-Koch Daniel Bouloud mit kulinarischer Avantgarde vertraut ist, hat das Hybridgebäck

diesen Mai lanciert und bringt es seither geschickt in aller Munde. Mehr als 300 Cronuts pro Tag produziert er nicht, mehr als zwei Stück à fünf Dollar pro Kunde gibt es nicht, und der Handel auf einer Art «Cronut-Schwarzmarkt» mit Preisen bis zu 150 Dollar pro Stück sorgt dafür, dass der Name des Betriebs im Gespräch bleibt.

Jowa verkauft am Ende September auch Cronuts in Bern

Im Gespräch ist aktuell auch die Migros-Bäckerei Jowa, die hierzulande am schnellsten auf den Cronut-Zug aufgesprungen ist: ihr Bäcker-Konditor Boan Cepon hat ein eigenes Rezept entwickelt (siehe Text unten), auf dieser Basis produzieren seit 19. August zwölf Mitarbeitende für vier Take-away-Verkaufsstellen in Zürich und Luzern. Täglich werden insgesamt 1600 Cronuts verkauft, die Preise bewegen sich zwischen 3,50 Franken (nature) und 4,50 Franken (gefüllt). «Wir planen einen schweizweiten Ausbau der Verkaufsstellen. Den Start macht am 30. September das Take-away an der Marktgasse in Bern», sagt Jowa-Sprecherin Heike Zimmermann auf Anfrage. Momentan evaluieren man weitere mögliche Verkaufsstellen, von denen aber noch keine spruchreif seien. Dominique Ansel ist ob der Schweizer Cronut-Initiative nur mässig erfreut und hat sich bereits öffentlich darüber beklagt, dass die Migros «von der kulinarischen Kreativität eines Bäckers, der viel Zeit und Aufwand in seine Kreationen



Das Füllen der frischen Cronuts ist eine sorgfältige Handarbeit.



Auch eine zünftige Glasierung gehört zum Trendgebäck dazu.

investiert» stehe – bisher hat er es allerdings verpasst, die Cronut-Marke hierzulande zu registrieren. Jowa sieht gelassen: «Die Pizza hat auch irgendwann jemand kulinarisch-kreativ erfunden, und heute ist sie in der ganzen Welt verbreitet, so Heike Zimmermann.

Auch Richemont, die Fachschule für Bäckerei, Konditorei und Confiterie in Luzern, beschäftigt jetzt das Kringel-Phänomen: in der September-Ausgabe des Monatsheftes «Richemont Fachblatt» finden die Leser ein eigenes entwickeltes Cronut-Rezept, «wir wollten den gewerblichen

Bäckern eine Alternative bieten» sagt Richemont-Direktor Reto Fries. «Gipfeli gehören zu den Top-10-Produkten, auch Donuts sind beliebt und gefragt, längst nicht mehr nur in den USA. Diese beiden zusammenzufügen, ist insofern spannend, als es fast unbegrenzte Geschmacksmöglichkeiten mit den Füllungen und Glasuren gibt. Die Herstellung an sich ist ja nicht die grosse Knacknuss daran», so Fries.

Ein normales Alltagsprodukt, das für Aufsehen sorgt

«Wenn ich Dominique Ansel wäre, hätte ich die Produktion schon längst raufgefahren, er könnte ja viel mehr absetzen bei dieser Nachfrage und bei dieser Zahlungsbereitschaft. Klar gibt es gerade deshalb Nachahmer». Fries findet den Cronut-Hype insofern speziell, als es sich ja dabei nicht um ein Luxus- sondern um ein normales Alltagsprodukt handelt. «Es ist natürlich schön, dass mal jemand aus unserer Gilde so einen Hype ausgelöst hat», freut sich der Richemont-Direktor. Nicht ganz nachvollziehen kann er aber, dass sich der New Yorker Bäcker als eigentliche Cronut-Koryphäe sieht und als Gebäckerfinder der Stunde. «Wer ursprünglich Brot erfunden hat, hat wesentlich mehr für die Menschheit getan».

Zubereitung Reine Handarbeit

Wie stellt man es denn nun eigentlich genau her, das Kult-Gebäck Cronut aus New York? Die Jowa schlägt folgende **elf Produktionsschritte** in Handarbeit vor:

- Die Zutaten zu einem Hefeteig kneten
- Hefeteig tourieren
- Hefeteig ausrollen
- Rondellen von Hand ausstechen
- Teig aufgehen lassen
- Teiglinge frittieren (30 Stück pro Frittierdurchgang)
- Jeder einzelne frisch frittierte

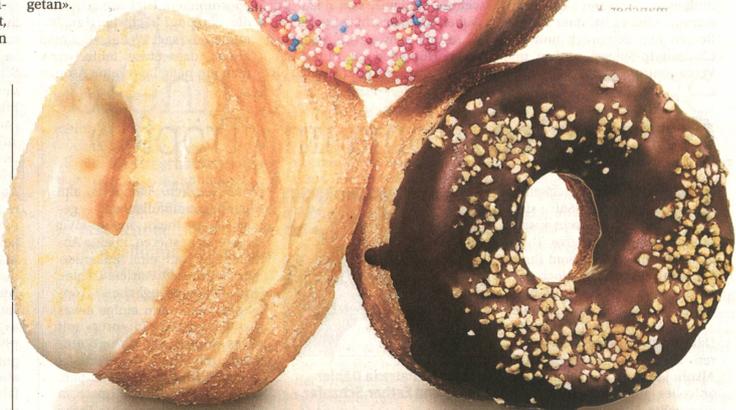
- Cronut wird noch heiss von Hand in Zucker gewendet
- Jeder Cronut wird von Hand fünf Mal eingestochen
- Die Einstichstellen werden mit dem Dressiersack gefüllt
- Jeder Cronut wird einzeln von Hand aprikiert
- Von Hand glasieren und fertig dekorieren je nach entsprechender Sorte

Für die Entstehung seines Original-Cronuts gibt Erfinder Dominique Ansel an, zwei Monate und über zehn Rezeptversuche benötigt zu haben.

In seiner «Dominique Ansel Bakery» im New Yorker Soho-Viertel stellt der Franzose mit seinem Team jeweils **nur eine Geschmacksrichtung pro Monat** her. Aktuell im Monat September ist es Feige-Mascarpone, im August gab es die Variante Kokosnuss.

Die **Jowa** bietet momentan **fünf verschiedene Sorten** an: Crème, Himbeer, Nougat, Yoghurt und Natur.

<http://dominiqueansel.com>
www.jowa.ch



Bunt und abwechslungsreich: Punkto Glasur und Dekoration gibt's keine Cronut-Grenzen. Bilder: zvg

ANZEIGE

igeho

23.-27. November 2013 | Basel | www.igeho.ch
Internationale Fachmesse für Hotellerie,
Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum

KNOW-HOW FÜR PROFIS
DER HOTELLERIE:

Hier gibt's alles für gute Gastgeber.

PARALLEL
ZUR IGEHO:
Salon Culinare
Mondial 2013

Powered by



Offizielle Medienpartner





Schloss voller Stil und Kunst

Seine Mischung ist schweizweit einzigartig: Es vereint Engadiner Tradition mit zeitgenössischer Kunst. Dieses Jahr feiert das Hotel Castell in Zuoz sein 100-jähriges Bestehen. Natürlich auch mit Kunst.

FRANZISKA EGLI

Roman Signer, John Baldessari, Olaf Breuning, Christine Streuli: So mancher Künstler war schon Gast hier, im Hotel Castell, dem trutzigen, imposanten Bau oberhalb des 1400-Seelen-Dorfs Zuoz. Seit nunmehr 100 Jahren thront das historische Schloss hoch über dem Ort, dessen Ortsbild mit seinem intakten und authentischen romanischen Dorf als eines der schönsten im Oberengadin gilt. Und das Hotel, längt ein 4-Sterne-Superior-Haus, versteht es, Herkömmliches mit Moderne, familiäre Ungezwungenheit mit zeitgenössischer Kunst zu vereinen. «Das eine schliesst das andere nicht aus», begründet Direktorin Ladina Tarnuzzer die-

se für das Haus wegweisende wie erfolgversprechende Mischung.

Illustre Gäste und Dachbrand, es gab viele Höhen und Tiefen

Aber der Reihe nach: 1913 wurde das Hotel Castell, damals noch als Kurhaus konzipiert, vom Zuozener Hotelier Hermann Gilli nach den Plänen des bekannten St. Moritzer Architekten Nicolaus Hartmann gebaut. Vom Ersten Weltkrieg über Blütenzeiten voller illustrierter Gäste bis zum Dachstockbrand – das Hotel durchlebte Höhen und Tiefen, bis 1996 die Castell Zuoz AG mit Ruedi Bechtler als Hauptaktionär das Hotel erwarb. Unter Bechtler entstand die Chesa Chastatsch mit 17 Eigentumswohnungen, deren Er-

lös vollumfänglich in die dringende notwendige Sanierung des Hotels floss. Und ebenfalls mit ihm hielt die Kunst Einzug – mit Leihgaben aus seiner privaten Sammlung, aber auch Projekten mit Künstlern vor Ort: Das 1996 eröffnete Felsenbad mit Sauna stammt etwa vom japanischen Künstler Tadashi Kawamata. Die 1998 in Betrieb genommene, längst legendäre Rote Bar hat die Architektin Gabrielle Hächler zusammen mit der Künstlerin Pipilotti Rist konzipiert. 2004 wurden die 68 Zimmer, Speisesaal und Küche total renoviert, eine Sonnenterrasse, ein Kino, die zweite Garage sowie der erste alpine Hamam der Schweiz eröffnet. 15 Millionen Franken flossen in die Sanierung.

Seit November 2012 ist zudem eine Frau auf dem Direktionsposten: Ladina Tarnuzzer. Die 35-jährige Bündnerin war für viele Stammgäste keine Unbekannte. Unter ihren Vorgängern Silvan und Melanie Auf der Maur, die das Haus von 2010 bis 2012 führten, aber auch unter den Vorvorgängern Bettina und Richard Plattner (2004 bis 2010) war Tar-

nuzzer Direktionsassistentin. Ein grosser Pluspunkt, ist sie sich bewusst: Sie kannte das Haus, die 55 Angestellten, sie kannte die Gäste, «was bei einem Ferienhotel, dessen Gäste sich meist mit den Gastgebern verbunden fühlen, von grossem Vorteil ist». Ebenso kam der gelernten Hôtelière HF zugute, dass sie selber in einem typischen Familienhotel in Samedan aufgewachsen ist: «Ich kenne es gar nicht anders, als einen engen Kontakt zu den Gästen zu pflegen», meint sie.



«Die Gäste eines Ferienhotels fühlen sich mit ihren Gastgebern verbunden.»

Ladina Tarnuzzer
Direktorin «Castell Zuoz»

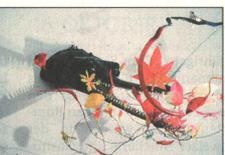
Hochkarätiges «Art Weekend» anlässlich der Jubiläumsfeier

Anlässlich der 100-Jahre-Festlichkeiten steht dem Hotel vom 13. bis 15. September 2013 nun nochmals ein hochkarätiges «Art Weekend» bevor: Das Vortrags-

und Aktionswochenende zum Thema «Wie Kunst uns weiter bringt» wird kuratiert von Dorothea Strauss, der ehemaligen Direktorin des Museums Haus Konstruktiv in Zürich und heutigen Leiterin für Corporate Social Responsibility der Mobilbar. Zu Gast sind der führende deutsche Künstler Olaf Nicolai sowie der renommierte Schweizer Architekt Philippe Rahm.

So viel hochkarätige Kunst steckt an, weiss auch Tarnuzzer. Die Direktorin höchstpersönlich führt wöchentlich – jeweils donnerstags – durch das Haus im Rahmen einer öffentlichen Kunstführung. «Dadurch eigne auch ich mir laufend neues Wissen an», erzählt sie begeistert.

www.hotelcastell.ch



Imposantes «Castell»: Kunst auf jeder Etage, Pipilotti Rist's Rote Bar, stilvoll gehaltene Zimmer, Studio-Kino mit 30 Plätzen und Installation an der Wand.

«Falstaff»: Österreichs beste Weingüter 2013



Es gilt als umfassendster Weinführer Österreichs sowie des Südtirols, das Nachschlagewerk «Falstaff» von Peter Moser. Auch in der Ausgabe 2013 hat der Chefredaktor des Gourmet- und Weilmagazins «Falstaff» wieder 3000 aktuelle Weine von 444 Weingütern

beschrieben und bewertet sowie 500 Bezugswellen aufgelistet. Dazu kommen 38 Südtiroler Weingüter mit 230 Weinen, welche von Mosers Kollege und Italien-Experte Othmar Kiem verkostet und bewertet wurden. Noch nie habe es eine derart grosse Zahl an Top-Bewertungen gegeben wie in dieser Ausgabe, betont Moser: «Die Weissweine aus 2012 sind ebenso exzellent wie die Rotweine aus 2011, und dieses Zusammentreffen führt zu diesem höchst erfreulichen Phänomen», schreibt Peter Moser im Vorwort der Ausgabe 2013. Der Weinführer erscheint diese Saison zum 16. Mal.

Peter Moser, Falstaff-Weinguide 2013 Österreich/Südtirol, Falstaff Verlag, 890 Seiten, ISBN 3-902660-23-6, Fr. 24.90

Neue Bücher

«Salon 2013»: Österreichs 260 Siegerweine



Vom klassischen Grünen Veltliner bis zu edlen Süssweinen: Der «Salon Österreich Wein» ist ein Wettbewerb aller österreichischen Weine. Vorangegangen sind dabei jeweils die Landesweinprämierungen, bei denen über 7000 Weine eingereicht wurden. Die besten

260 Weine und Sekte aus diesen Landesweinprämierungen aus Niederösterreich, dem Burgenland, der Steiermark und Wien werden in verschiedenen Kategorien blind verkostet und im handlichen Taschenbuch «Salon» samt kurzen Winzerbeschreibungen zusammengefasst.

Salon 2013, Österreichischer Agrarverlag, 167 Seiten, ISBN 3-7040-2469-5, Fr. 8.50

«Slow Wine 2013»: Italiens beste Winzer und Weine

Erstmals erscheint «Slow Wine» in deutscher Sprache: Über 200 Slow-Food-Mitarbeiter haben fast 2000 Weingüter besucht und über 23000 Weine verkostet. Porträts



geben Auskunft über die Kellereien, die Art des Weinbaus und die Qualität der Weine. Detailliertes Kartenmaterial bringt einem zudem die Region näher. fee

Susanne Vogel, Peter Gillhofer, Reinhard Ferstl, Slow Wine 2013, Hallwag im Gräfe und Unzer Verlag, 960 Seiten, ISBN 3-8338-3315-7, Fr. 44.90

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

Genuss

Strega bringt ein Stück Italianità ins Digestif-Glas

Schon der berühmte Mafioso, Pate Don Vito Corleone, soll sich immer mal wieder einen Liquore Strega genehmigt haben: Seit 1860 wird der italienische Likör nach einem gut gehüteten Geheimrezept aus 70 Kräutern hergestellt und erlebt jetzt ein Revival. Seine gelbe Farbe verdankt er dem Safran, und eine Prise Minze sorgt für erfrischenden Geschmack. Der Digestif ist exklusiv bei der Appenzeller Alpenbitter AG erhältlich.



Events

Martin Walker liest aus seinem Gourmet-Krimi

«Femme fatale» heisst Brunos fünfter Fall: Bruno amtiert als Chef de police und Gourmet in einem südfranzösischen Nest, wo eines Tages statt Kanus eine schöne, nackte Frau mit einem satanistischen Tattoo den Fluss heruntertreibt. Die Figur des Polizeichefs und Schlemmers stammt aus der Feder des schottischen Schriftstellers Martin Walker. Er liest am 27. September (19 Uhr) im Weinkeller Mövenpick in Zollikon, in englischer Sprache – für den deutschen Part sorgt Monika Schärer.

www.dlogenes.ch

Schaffhauser Winzer feiern den Jahrgang 2012



An den Wochenenden im September und Oktober werden im Schaffhauser Blauburgunderland die Herbstsonntage gefeiert. Dabei geben sich zahlreiche Weinbaugemeinden die Ehre und laden Gross und Klein zu Genuss und Unterhaltung ein, wobei der Weinjahrgang 2012 im Zentrum steht. Neben den besten Tropfen aus dem Blauburgunderland werden auch «Suuser», «Rickli» und viele andere regionale Spezialitäten aufgetischt. Höhepunkt ist das Fest «Zeitreise» am 6. und 13. Oktober in Hallau.

www.blauburgunderland.ch

Hotellerie

Zufriedenheit der Gäste erforschen und verbessern

Per Ende Jahr führen Novotel Hotels das Kundenzufriedenheitsprogramm «You – Unsere Mission ist Ihre Zufriedenheit» ein. Dieses beruht auf umfangreichen Massnahmen im Personalmanagement sowie im operativen Bereich und umfasst Mitarbeiterschulungen, Tools zur Messung der Kundenzufriedenheit. «You» basiert auf dem 2007 in Frankreich umgesetzten Programm «Satisfait ou invité» («Zufrieden oder Geld zurück»), mit dem die Gästezufriedenheit angehoben werden soll. fee

dolce vita

htr hotelrevue Nr. 37 / 12. September 2013

Rum hat sich seinen Platz neben Whisky, Cognac und Co. als Premium-Spirituose geschaffen. Auf dem Vormarsch ist die Spezialität Rhum agricole.

SABRINA GLANZMANN



Ruhm und Ehre für ein Getränk mit Stil

Als Barspirituose hat Rum seinen sicheren Platz im Grundsoriment der Barkeeper – Daiquiri, Mojito oder Planter's Punch gehören zum festen Repertoire der Drink- und Cocktailkreaturen. Pur, nach einem guten Essen oder zum Ausklang des Tages, auch in Kombination mit Zigarre genossen, hat Rum als Premium-Zuckerrohrgetränk seinen sicheren Platz neben Whisky und Cognac ebenfalls gefunden: in Smokers-Lounges und gut sortierten Bars gehört heute eine Rum-Auswahl oder eine spezifische Rum-Karte dazu. Im Seebistro Luzern direkt am Vierwaldstättersee zum Beispiel, das zur Schifffahrt-Gesellschaft gehört, ist die Premium-Rum-Karte fester Bestandteil des Gesamtkonzeptes rund um das Seefahrtertum.

Das passt zu den neuesten Ergebnissen des «International Wine & Spirit Research: eine generelle «Premiumisierung» als wichtigste Entwicklung habe den gesamten Schweizer Spirituosenmarkt in den letzten Jahren erfasst und damit auch das Rum-Segment, kommt die Studie in ihrer neuesten Publikation vom Juni zum Schluss. Beispiel Ron Zacapa: Vom Rum aus Guatemala, der mit seinem Zacapa Centenario 23 (Blend mit 6 bis

23-jährigen Rum-Sorten) und Centenario XO (Blend mit 6 bis 25-jährigen Rumsorten) zu den Klassikern auf den hiesigen Rum-Karten gehört, wurden in der Schweizer Hotellerie und Gastronomie 2011 noch 5143 Flaschen konsumiert, 2012 waren es 18643 Flaschen. Das entspricht einem Wachstum von 263 Prozent. Dieser Erfolg im gastgewerblichen Verkauf soll nun ausgeweitet werden: seit Kurzem sind diese Ron Zacapa-Premiumprodukte im Schweizer Fach- und Detailhandel für die Endkonsumenten erhältlich.

Karibischer Rum mit idealen klimatischen Bedingungen

«Die Welt des Rums ist so bunt, wie es Inseln und Länder in der Karibik und in weiten Teilen Südamerikas gibt» – was der deutsche Rum-Spezialist Andreas Schwarz im Vorwort seines Buches «Premium Rum» (siehe Text rechts) schreibt, soll die Vielfalt verdeutlichen, welche die Spirituose gerade im höheren Segment auszeichnet. Alexander Hänsel, F&B Consultant

«Rum aus der Karibik zählt zur Spitzenklasse und ist eine Kapitalanlage.»

Alexander Hänsel
F&B Consultant

im Congress Centre Kursaal Interlaken AG, nennt bezüglich Premium Rum karibische Produkte als «Spitzenklasse der Spirituose», die auch eine Kapitalanlage sein können. «Wer seine Bar mit ein paar renommierten Rum-Sorten schmücken und darin investieren möchte, sollte sich vor allem auf ältere Jahrgänge aus Martinique und Guadeloupe konzentrieren», empfiehlt Hänsel. Er kenne etwa als Beispiel einen Händler in Deutschland, der bei solchen Jahrgängen innerhalb von etwa fünf Jahren Preissteigerungen von 300 Prozent und mehr verzeichnete.

Auch Jörg Slaschek, Gastgeber im Restaurant Attisholz in Riedholz (SO), bevorzugt in seiner «Liebhaberauswahl», so nennt er seine Rum-Sammlung selbst, generell Premiumprodukte aus dem karibischen Raum. «Es ist zwar nicht der Ursprungsort des Rohrzuckers, der kommt nämlich ursprünglich aus Südostasien, hat aber dort die besten klimatischen Bedingungen», so der Spitzenkoch (17 Gault Millau-Punkte). Am exklusivsten

darunter sei der «Full-Proof»-Rum (60,3 %vol.) aus Guadeloupe von 1980, der in Barriquefässern gelagert wurde. Das Sortiment im «Attisholz» umfasst grösstenteils Rhum agricole. «Ich empfinde sie aromatischer und komplexer als Rum aus Melasse», sagt Jörg Slaschek. Rhum agricole – das ist das Stichwort schlechthin, wenn man heute von Rum-Spezialitäten



Der Spirituosenladen J.B. Labat in Zürich führt ein grosses Sortiment an Rhum agricole.

Markus Scherer/ezg

sprechen will. Im Unterschied zu «konventionellen» Rums wird er nicht aus Melasse, dem Abfallprodukt der Zuckerherstellung, sondern aus frischem Zuckerrohrsaft hergestellt. Der wörtlich übersetzte «landwirtschaftliche Rum» wird in den französischen Überseedepartements Martinique und Guadeloupe, La Réunion und auch auf Haiti hergestellt. Er entstand, als Frankreich seine Zuckerproduktion vom Zuckerrohr auf die Zuckerrübe umstellte. Die Zuckerproduktion in den französischen Kolonien ging zurück und den Rumproduzenten vor Ort stand weniger Melasse zur Verfügung. Deshalb ersetzten sie die fehlende Menge durch frischen Zuckerrohrsaft und destillierten das neue Getränk in Einsäulenanlagen. «Den grössten Raum nehmen in der Schweiz nach wie vor Melasse-Rums ein, aber die «Rhums agricoles» werden immer beliebter», beobachtet Kathrin Leisi, Präsidentin der Swiss Barkeeper Union (SBU).

Aufklärungsarbeit bei Rhum agricole noch immer nötig

Zum Beispiel in der Bar 63 in Zürich im Kreis 4. Die Betreiber Pascal Kählin, Jonas Schwarz und Michel Monod, die ausserdem die Total Bar führen, haben dort über 70 Rums auf der Karte, von denen rund ein Viertel Rhum agricole sind. Laut Pascal Kählin habe man vor allem auf Rum gesetzt, «weil es eine interessante Spirituose ist und schon nur geografisch eine grosse Bandbreite hat. Noch vor zehn Jahren habe Rhum agricole hierzulande «kein Mensch gekannt. Er hat heute noch immer einen etwas schwierigen und eher unbekanntem Stand. Aber die allermeisten, die sich für Premium-Rum interessieren, landen früher oder später bei Rhum agricole. Es gibt natürlich spannende Melasse-Rums, aber die Aromenvielfalt

Zahlen und Fakten Rumkonsum in der Schweiz

Laut des aktuellsten Länderberichts der International Wine and Spirit Research (ISWR) wurden 2012 in der Schweiz total 190 000 9-Liter-Kisten (offizieller Verbrauchswert) Rum konsumiert (2011: 182 000). Für 2013 wird mit 200 000 9-Liter-Kisten eine leicht höhere Konsumation prognostiziert. Zum Vergleich: Von Whisky tranken die Schweizer 2012 416 500 9-Liter-Kisten (2011: 422 750), der Brandy, Cognac und Armagnac-Konsum liegt im Rum-Bereich mit 182 500 9-Liter-Kisten 2012 (2011: 191 000).

sag

bei Rhum agricole ist deutlich grösser», weiss Kählin, der durch eigene Karibik-Reisen und den Winterhurer Importeur Walter Girsberger (rumhouse.ch) auf Rhum agricole gekommen ist.

Letzten November eröffnete Kählin mit seinen Partnern den Spirituosenladen J.B. Labat, wo zahlreiche Rhum agricoles erhältlich sind. «Wir spüren, sowohl in der Bar als auch im Laden, eine stetig steigende Nachfrage. Aber man muss auch sagen, dass wir mit umfangreichen Informationen zu Herkunft, den Regionen und Destillieren auch eine Art Aufklärungsarbeit leisten, die die Leute näher ans Thema heranholt. Ich glaube das braucht es heute noch, wenn man seine Gäste für Rhum agricole sensibilisieren und ihn letztlich verkaufen will», sagt Pascal Kählin.

www.labat.ch

Rum-Buch Die besten vereint

Andreas Schwarz ist ein Freak. Ein Rum-Freak, nämlich, und das ist positiv gemeint. Schwarz führt in Preetz (D) ein Geschäft mit einem Sortiment von 75 Rums aus 25 Ländern, daneben gehören auch Whisky und Wein zum umfassenden Angebot. In Seminaren und Tastings bringt er Interessierten das Destillat Rum und dessen Qualitäten näher – und das tut er auch mit der preisgekrönten Publikation «Premium Rum», die von der Gastronomischen Akademie Deutschland (GAD) an ihrem Literarischen Wettbewerb 2012 mit der Silbermedaille ausgezeichnet wurde.



Im Buch fasst Schwarz eine Auswahl der besten Rums aus 30 Regionen und Inseln zusammen: Rund 150 «Premium Rums», die mindestens sieben Jahre gereift sind und die man im gut sortierten Fachhandel findet. Die vor-

gestellten Rums sind farbig abgebildet und werden mit Geschmackseinstufung, Preiskategorien (von «moderat» bis «opulent») und Genussempfehlungen (von «für alle Tage» bis «herausragend») vorgestellt. Diese zwar subjektive Einteilung hilft Einsteigern bei der ersten Orientierung und gibt Kennern Hinweise, wie sie einen noch unbekanntem Rum einordnen können. sag

Andreas Schwarz, Premium-Rum. Eine Auswahl der besten Rums der Welt, Walter Hädecke Verlag, 2., überarbeitete Auflage, 216 Seiten, ISBN 978-3-7750-0559-3, CHF. 25.90

Das Buch ist erhältlich auf www.hotellerieuisse.ch/buchshop

PROFIL

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

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

Nr. 37 · 12. September 2013

htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



grafika

ERFOLGREICH MIT DER MARKE ICH

Wer eine neue Arbeitsstelle sucht, muss sich gegen eine Vielzahl von gut qualifizierten Mitbewerbern durchsetzen. Umso wichtiger ist es deshalb, sich und seine Qualitäten von der Masse abzuheben.

Gute Leistungen allein verhelfen kaum zu einem neuen Job oder zum beruflichen Aufstieg. Was zählt, sind Eindruck und Bekanntheitsgrad. Wer kein eindeutiges, unverwechselbares Profil hat, der wird es schwer haben, sich auf dem freien Arbeitsmarkt zu behaupten. Erkennen und pflegen Sie deshalb Ihre Einzigartigkeit und machen Sie diese zu einem Teil Ihres Images. Bauen Sie sich ein individuelles, unverwechselbares, widerspruchsfreies und dauerhaftes Markenimage auf und Sie werden (be-)merkwürdig!

Persönlichkeit und Positionierung

Ein klares Profil zu haben bedeutet, zu wissen, wer ich bin, was ich kann, was ich will. Sich zur Marke zu entwickeln, ist somit die Kunst, seine Stärken zu kennen, zu nutzen und zu kommunizieren. Dazu gehört auch eine ehrliche Analyse des Selbst- und des Fremdbildes. Es ist ein Weg mit Schritten vorwärts, aber auch mal mit einem Schritt zurück. Es ist eine Oszillation zwischen Denkarbeit und Umsetzung, Betrachtung der Ergebnisse und Vornahme von Änderungen. Bauen Sie Ihre Marke ICH so auf, dass Sie von aussen als die Person wahrgenommen werden, die Sie auch tatsächlich sind. Ihre Marke ICH ist letztendlich nichts anderes als Ihr persönliches Qualitätsversprechen.

Um dieses Qualitätsversprechen zu erarbeiten, können wir uns der Vorgehensweise im Produktmarketing bedienen, indem wir eine Markenidentität und ein Markenbild schaffen und für beides eine aussagekräftige, passende Markenkommunikation entwickeln. Ganz nach dem Motto «tue Gutes und sprich darüber» muss man sich eine «Bühne» verschaffen: mit einer offensiven Präsentation seiner Stärken und der Betonung seiner Leistungen. Erfolge müssen beworben werden!

Strategie

Definieren Sie Ihre Ziele: Was wollen Sie erreichen? Wo möchten Sie gerne arbeiten? Und verlieren Sie diese nicht aus den Augen. Entwickeln Sie eine klare Strategie, wie Sie Ihre Ziele erreichen wollen.

Kommunikation

Wer zu viel Sprunghaftigkeit in seinem Auftritt an den Tag legt, verwirrt höchstens und kann damit nicht punkten. Motivationsschreiben, Lebenslauf, Bewerbungsfoto, Onlinepräsentation und der Auftritt im Vorstellungsgespräch sowie die gewählte Ausdrucksform sollten eine geschlossene, widerspruchsfreie Einheit bilden.



Prisca A. Bruch-Meier
Leitende Unternehmensberaterin
BDO AG, Solothurn
www.bdo.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Damit das Mögliche entsteht,
muss immer wieder das Un-
mögliche versucht werden»

Hermann Hesse

AGENDA

17. SEPTEMBER

Tagung 2013 «Ausbildung aktualisieren – Zukunft stabilisieren», vom Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft, im Hotel Glockenhof, Zürich
www.hotelgastrounion.ch

1. OKTOBER

15. Symposium «Check the Quality», vom Berufsverband Hotel-Administration Management, im Hotel Belvoir, Rüschlikon
www.hotelgastrounion.ch

16. OKTOBER

3. Zukunftstagung «Work-Life-Balance», vom Schweizer Bäckerei- und Konditorei-Personal-Verband, im Schloss Lenzburg, Lenzburg
www.hotelgastrounion.ch

16. OKTOBER

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

16. NOVEMBER

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

27. NOVEMBER

«reception@hotelleriesuisse.ch – Modul III», von hotelleriesuisse, im Hotel Sempachersee, Nottwil
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

27. NOVEMBER

«KOPAS», von hotelleriesuisse, im Hotel Walhalla, St. Gallen
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

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.

Treppen/Aufstiege (Teil 1)

Gefährdung:

Verletzungen durch Ausgleiten, Stürzen

Mögliche Sicherung:

- Treppen sicher gestalten (mit rutschhemmenden Belägen versehen, auf richtiges Tritterhältnis achten)
- Abgenutzte oder ausgeschlagene Stufen instand stellen
- Handläufe anbringen (innerbetrieblicher Bereich ab 5 Stufen und im Kundenbereich ab 2 Stufen), Treppen sturzsicher mit Geländern versehen – in der Regel geradläufige Treppen wählen (keine Spindeltreppen)

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

ERFOLGREICH SCHWIERIGE GESPRÄCHE FÜHREN

Ob es das jährliche Qualifikationsgespräch ist oder Probleme mit einem Mitarbeitenden beziehungsweise Vorgesetzten, es gibt immer wieder schwierige Gespräche. Einige Tipps, wie Sie diese besser meistern können.

Was auch immer der Grund ist für einen Vorgesetzten oder einen Mitarbeitenden für ein gemeinsames Gespräch, eines gilt für alle: Die richtige Vorbereitung ist das A und O. Überlegen Sie sich, was Sie wie sagen wollen und machen Sie sich Notizen.

KONFLIKT UNTER MITARBEITENDEN

Konflikte zwischen Mitarbeitenden sind für einen Vorgesetzten kein angenehmes Thema. Doch ein guter Chef kommt nicht darum herum, einzugreifen und das Gespräch zu suchen. Nur so kann man den Konflikt schnell lösen. Falls der Konflikt zwischen einem Mitarbeitenden und seinem Vorgesetzten besteht, ist es sinnvoll, dessen Vorgesetzten miteinzubeziehen. Er soll das Gespräch leiten:

- Erforschen Sie die wahren Interessen und Bedürfnisse der Konfliktbeteiligten.
- Führen Sie zuerst Vieraugengespräche mit den Beteiligten und dann ein Gespräch mit allen. Suchen Sie gemeinsam nach Lösungen. Vereinbaren Sie realistische Ziele.
- Achten Sie darauf, dass die vereinbarten Lösungen eingehalten und umgesetzt werden. Die Konfliktparteien sollten sich folgende Gedanken machen?
 - Welche Forderungen habe ich?
 - Was kann ich zur Konfliktlösung beitragen?
 - Wie soll sich der Andere ändern?
 - Wie ändere ich mich?
 - Was soll der Chef im Konflikt unternehmen? Bleiben Sie sachlich, aber bestimmt.

SCHWIERIGE MITARBEITENDE

Ob Alkoholproblem, ungenügende Arbeitsleistung oder Schwierigkeiten in der Schule. Alles nicht einfach für einen Chef. Doch auch hier gilt in erster Linie: Suchen Sie das Gespräch!

- Überlegen Sie, welche Forderung Sie an den Mitarbeitenden haben. Beispielsweise keine Verspätungen mehr, kein Alkoholkonsum am Arbeitsplatz oder gar eine Therapie.
- Führen Sie ein Gespräch unter vier Augen.
- Unterbreiten Sie Ihre Forderung und stellen Sie allenfalls auch ein Ultimatum!
- Vereinbaren Sie mit dem Mitarbeitenden, wie Ihre Forderung umgesetzt wird.
- Je nachdem kann es sinnvoll sein, die getroffene Vereinbarung schriftlich festzuhalten.
- Überprüfen Sie regelmässig, ob die getroffene Lösung auch wirklich umgesetzt wird. Sonst müssen Sie ein zweites Gespräch führen.

GESPRÄCHSFALLEN

Das sind mögliche Probleme:

- **Siegen:** Wenn jeder siegen will, gibt es einen Verlierer und einen Gewinner. Doch in Wahrheit verlieren alle – vor allem der Betrieb! Respektieren Sie die andere Person.
- **Vereinfachen:** Die Beteiligten versuchen, eine einfache Ursache für komplexe Probleme zu finden. Gehen Sie der Sache auf den Grund.
- **Ziel verlieren:** Bei jedem Gespräch geht es darum, das Ziel im Auge zu behalten. Sie sollten wissen, was Sie am Schluss erreichen wollen!

Mario Gsell

BUCHTIPP

WISSENSWERTES VOM VERTRAG BIS ZUR KÜNDIGUNG

Wer seine Rechte und Pflichten in der Schweizer Arbeitswelt kennen will, ist mit dem aktuellen Beobachter-Ratgeber bestens bedient. Umfassend und kompetent beantwortet er alle rechtlichen Fragen und verhilft zum Durchblick in diesem komplexen Rechtsgebiet.

Was wird in einem Arbeitsvertrag individuell geregelt? Wie werden Überstunden abgegolten? Muss eine Lohnkürzung oder Kurzarbeit hingenommen werden? Was gilt für den Umgang mit den neuen Medien? Was ist bei Verfahren vor Arbeitsgericht zu beachten? Die Autorin und langjährige Beobachter-Arbeitsrechtsspezialistin begleitet mit diesem Buch Angestellte aller Branchen und Stufen vom ersten Tag im Job bis zum Austritt. Sie weiss auch Rat, wenn sich das Arbeitsverhältnis verschlechtert oder die Kündigung droht. Die neuesten wegweisenden Gerichtsurteile sowie viele praktische Beispiele, Tipps und Mustervorlagen runden den umfassenden Ratgeber ab.



«Arbeitsrecht»
Beobachter Edition
von Irma Traud
Bränlich Keller
ISBN
978-3-85569-771-7
CHF 38.00

AUS- UND WEITERBILDUNG



G3

Gastro-Unternehmensausbildung
In drei Stufen, Berufsbegleitend.

Gastro-Unternehmensseminar mit eidg. Diplom

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

Nächste Session: 19. Januar 2014 in Bern und
29. Januar 2014 in Zürich, eidg. anerkannt

L-GAV-Ausbildungsunterstützung von CHF 5'000.-

Weitere Informationen
GastroSuisse
Gastro-Unternehmensausbildung
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 044 377 111 Fax 044 377 112
www.gastrouisse.ch

27772-10336

Das Intensivseminar GASTRO SUISSE

Der Schweizer Wein-Sommelier®
Kompaktes Weinwissen für GastroProfis

Termine: berufsbegleitend
Level 2: Start Frühling: 19.02.13, Start Herbst: 23.08.13
Level 3: Start Frühling: 25.03.13, Start Herbst: 22.10.13

Weitere Informationen
GastroSuisse, Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0448 377 111 www.gastrouisse.ch

20090-9507

QUALITY Our Passion GASTRO SUISSE

Qualitätsgütesiegel
Stufe II: Ausbildung zum Qualitäts-Trainer

Termine: 25.-26. Juni 2013, Meisterschweizer, 14. Oktober 2013, Thailänd., 25.-26. November 2013, Lenzerheide

Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0448 377 111 www.gastrouisse.ch

25758-9908

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-Guisan 42, 1009 Pully
Tel. 021 721 09 30 www.gastrouisse.ch

27671-10293

Italianisch in Florenz

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

Italianisch
Wein und Küche, Kurs 699 Euro

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

25338-9624

Alles über Aus- und Weiterbildung
www.hoteljob.ch

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 starker 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 übriens 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 Teamplayer. 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

27919-10395

Eines der renommiertesten Restaurants an einzigartiger Lage in Zürich

Das kulinarische Angebot geht in Richtung marktführig, à la minute zubereitet, innovativ sowie einer dem Zeitgeist 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 bestbekanntesten Restaurants – ein stilvoller 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 Köstlichkeiten 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 Küche 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

27919-10395

Wollen Sie Ihren Gastrovirus während den normalen Büroarbeitszeiten leben?



Wir machen es möglich!

Falls Sie der Meinung sind, dass ein geregeltes Familienleben und viel Freizeit bei einem verantwortungsvollen Job als

Küchenchef (m/w)

nicht möglich ist, dann sollten Sie unbedingt weiterlesen!

Das Graf-Z befindet sich im Parterre des Bürohauses „Portikon“ im neuen und aufstrebenden Stadtteil Glattpark in Zürich-Nord.

In unserem öffentlichen Selbstbedienungsrestaurant verköstigen wir mittags bis zu 350 Gäste mit frischen saisonalen Gerichten und Köstlichkeiten. Im Bistro kann man sich mit kleinen Snacks stärken. Des Weiteren sind wir für die Seminarverpflegung im Haus, Konferenzbewirtschafungen und Sonderveranstaltungen im Atrium für bis zu 600 Personen zuständig.

Wir wünschen uns einen Küchenchef/in mit Erfahrung in der gehobenen Gemeinschafts-/Systemgastronomie und im Bankettbereich. Sie verfügen über eine abgeschlossene Koch-Ausbildung und einige Jahre Berufs- und Führungserfahrung. Sie haben Freude an der Führung und Förderung unseres jungen 5-köpfigen Küchenteams. Sie haben ein ausgeprägtes Qualitäts- und Kostenbewusstsein und verfügen über eine hohe Leistungsbereitschaft und Flexibilität. Sie besitzen küchenspezifische IT-Kenntnisse, gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift und den Führerausweis Kategorie B.

Sind Sie unser Wunschkandidat? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Graf Z AG, Thurgauerstrasse 130, 8152 Glattpark
Info@graf-z.ch, Frau F. Nancy, Tel. Nr. 058 890 34 14

28295-10393

10-Tage-Job Zuger Messe 18. bis 28. Okt.

Möchten Sie mit einem «Kurzeinsatz» bei sehr guter Entlohnung mitarbeiten od. die **Zwischensaison** überbrücken?

Service-/Küchen-/Buffet-Angestellte/Pizzaiolo
nussbaumer.karl@bluewin.ch od. rufen Sie an (ab 15. Sept.)

K. Nussbaumer, Catering, Sattelstr. 5, CH-6315 Morgarten/Oberägeri ZG
Tel. 041 750 40 40, Fax 041 750 84 84

27781-10392

Koch/Köchin 100%

Jobcode hoteljob.ch: J68137

Wohn- und Pflegezentrum Zollikon
Seestrasse 109 8702 Zollikon
043 336 90 53 brigitte.arandia@zollikon.ch

27789-10396



Betriebsleiter/in

UBS Restaurant Europaallee
Eisgasse 10, 8004 Zürich

per 15. Oktober 2013

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



28206-10397



SEEROSE RESORT & SPA

eintauchen am Hallwilersee



ZEITGEMÄSSES UND AUSSERGEWÖHNLICHES RESORT SUCHT LEITUNG UND TEAMMITGLIED FÜR DEN BEREICH RESERVIERUNG & EMPFANG SOWIE LEITUNG SERVICE SAMUI-THAI

Es erwartet Sie

Ein atemberaubender Arbeitsort im Grünen direkt am See und im Herzen der Schweiz.

Die aussergewöhnlich hohe Vielfalt an Dienstleistungen und Produkten lässt es zu, ihnen ein Umfeld mit viel Dynamik und (Entwicklungs-)Möglichkeiten zu bieten. Langeweile und Stillstand sind demnach bei uns Fremdwörter, während engagiertes, verantwortliches Handeln das angestrebte Ziel ist.

Individuell für Sie

Die attraktiven Stellenangebote sind detailliert auf unserer Website www.seerose.ch beschrieben. Diverse Startoptionen in den Monaten Oktober, November und Dezember 2013

Deshalb

Senden Sie bei Interesse noch heute Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen per Post oder E-Mail an Manuela Villiger – Verantwortliche Mitarbeiter.

Bis bald – bei uns am See.

Seerose Resort & Spa
Seerosenstrasse 1, CH-5616 Meisterschwanden
T +41 56 676 68 68, F +41 56 676 68 88
mitarbeiter@balancehotels.ch, www.seerose.ch



BALANCE HOTELS
das Gute leben
www.balancehotels.ch

28499-10394



EIN ORT FÜR KOPF, HERZ UND BAUCH.



Das CAMPUS SURSEE Seminarzentrum bietet über 55 modulare Seminar- und Gruppenräume, 550 Hotelzimmer, ein breites Gastronomieangebot in 3 Restaurants und einen multimedialen Konferenzsaal (bis 500 Personen) und ist das grösste Seminar- und Bildungszentrum der Schweiz.

Gesucht Führungspersönlichkeit

Küchenchef Zentralküche (m/w)

Ihre Aufgaben

- Sie tragen die Gesamtverantwortung für die Zentralküche und sind somit zuständig für Angebot, Einkauf, Produktion und Qualität unserer Restaurants MERCATO (Selbstbedienung, 500 Plätze), PIAZZA (Bistro, 200 Plätze), Jugendgastronomie und Bankette (30 bis 450 Personen)
- Jahresleistung Selbstbedienung (6- bis 7-Tage-Woche): 400'000 Hauptmahlzeiten, d.h. täglich Frühstücksbuffet für 500 Gäste, bis 1'300 Mittagessen und 600 Abendessen
- Führen der Küchenbrigade mit 25 Mitarbeitenden

Ihr Profil

- Starke Führungspersönlichkeit
- Freundliches, motivierendes und gästeorientiertes Auftreten
- «eidg. dipl. Küchenchef/Produktionsleiter» HFP von Vorteil
- Mehrjährige Erfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie sowie im Bankettbereich
- Verständnis für unsere Gästevielfalt: 400 Lernende des Bauhauptgewerbes, Erwachsenenbildung des Bildungszentrums Bau, Kunden aus Firmen und Non-profit-Unternehmen

Wir bieten Ihnen

- Lebhafter, einzigartiger, vielseitiger Grossbetrieb
- Mitgestaltung bei Weiterentwicklung unserer zukunftsgerichteten Gastronomie
- Moderne Infrastruktur, neue Küche und Produktionsräume
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen und Sozialleistungen

Allfällige Fragen beantwortet Ihnen gern Thomas Hegnauer, Leiter Gastronomie, Tel. 041 926 23 23.

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto (kein E-Mail) senden Sie bitte an: Persönlich, Natalie Baams, Bereichsleiterin Personalwesen, CAMPUS SURSEE Seminarzentrum AG, Postfach 487, 6210 Sursee

<http://seminarzentrum.campus-sursee.ch/portraet/jobs>

28108-10398



SCHWEIZERHOF
BERN

WERDEN SIE TEIL EINES FÜHRENDEN EXKLUSIVEN HOTELS DER SCHWEIZ!

Im Fünfsterne-Superior-Hotel an Berns zentralster Lage verschmilzt Tradition mit kontemporärem Flair, edlem Design und Service von Welt.

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

FRONT OFFICE

Front Desk Manager
Rezeptionist

SALES & MARKETING

Sales Manager Proactive

FINANCE

Cost Controller / Einkäufer

TECHNIK - UNTERHALT

Mitarbeiter Technik - Unterhalt
mit Schwerpunkt Maler/Lakierer

HOUSEKEEPING

Etagengouvernante
Etagenmitarbeiter im Stundenlohn

F&B KÜCHE

Commis de Cuisine

F&B SERVICE

Chef de Rang Bankett
Barkeeper
Serviceaushilfen für sporadische
Einsätze im Bankett

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

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

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an:
Hotel Schweizerhof Bern AG - Human Resources - Bahnhofplatz 11 - 3001 Bern
Telefon 031 326 80 88 - hr@schweizerhof-bern.ch - www.schweizerhof-bern.ch



LUTZ & PARTNER AG

HUMAN RESOURCES

KURSAAL BERN CONGRESS
EVENT
HOTEL
RESTAURANTS
CASINO

Als eines der grössten und bekanntesten Gastronomie-Unternehmen der Schweiz bietet der Kursaal Bern seinen Gästen ein umfassendes «all-in-one»-Angebot mit Kongress- und Kulturzentrum, 4-Sterne-Superior-Lifestyle-Hotel, Grand Casino sowie diversen Bars und Restaurants. Für die Muttergesellschaft der Berner Kursaal-Unternehmungen suchen wir den zukünftigen

CEO Kursaal Bern (Kursaal – Hotel Allegro – Restaurants)

Zusammen mit Ihrem Führungsteam entwickeln Sie die Unternehmung zukunftsorientiert weiter und steuern ebenso innovativ wie umsichtig die Geschicke des Kursaals Bern in strategischer und operativer Hinsicht. Dass es sich dabei um eine unternehmerisch anspruchsvolle Führungsaufgabe – rund 200 Festangestellte mit über 10 Leistungsbereichen – in einem komplexen, dynamischen Umfeld handelt, ist offensichtlich. Nebst der Gesamtführung liegt Ihr persönliches Arbeitsschwergewicht auf der Akquisition neuer Kunden / Kongresse / Events, also dem Marketing und Verkauf (nationale + internationale Kontaktpflege zu Tour Operators, Unternehmungen, Verbänden, Politik etc.).

Wir suchen Kontakt zu Persönlichkeiten – Frau oder Mann – mit einem Studienabschluss (Betriebswirtschaft, Hotelfach, Tourismus) und idealerweise einer adäquaten Weiterbildung in Unternehmungsführung (MBA oder vergleichbar). Sie verfügen über unternehmerische Erfolgsnachweise und gesamtheitliche Führungserfahrung in einer vergleichbaren Unternehmung, beispielsweise im Tourismus (insbesondere der MICE-Branche), in der Hotellerie/Gastronomie oder einer anderen dienstleistungsorientierten Branche. Sie überzeugen durch einen integrativen, kooperativen Führungsstil in Kombination mit überdurchschnittlichen Kommunikationsfähigkeiten und einem ausgeprägten Verhandlungsgeschick in Deutsch, Englisch und Französisch. Ihre Networking-Qualitäten, Ihre Zielorientierung und Ihre Vertrauenswürdigkeit runden Ihr Profil geeignet ab.

Der beauftragte Berater Beat Lutz freut sich auf Ihre Bewerbung (per E-Mail oder Post) und garantiert Ihnen absolute Diskretion sowie eine professionelle, zügige Abwicklung Ihrer Bewerbung.

Lutz & Partner AG Human Resources, Steinerstrasse 41, CH-3000 Bern 15
Telefon +41 31 350 00 10, welcome@lutzpartner.ch, www.lutzpartner.ch

Seit mehr als 25 Jahren.

Erste Personalberater mit zertifiziertem Managementsystem (ISO 9001) in der Schweiz.



29113-10390

Leiter/in Hotellerie/Gastronomie LUKS



Ein gutes Essen weckt Lebensfreude! Die Hotellerie/Gastronomie leistet einen wesentlichen Beitrag zum Wohlbefinden unserer Patientinnen und Patienten und zur Zufriedenheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Am Standort Luzern verwöhnen wir im cook and serve Verfahren täglich rund 650 Patientinnen und Patienten und bedienen 1300 Gäste in unserem topmodernen Restaurant "feingut". Am Standort Sursee betreiben wir eine gepflegte cook and chill Küche für rund 300 Patienten und Patientinnen sowie 300 Mitarbeitende in den Spitalern Sursee und Wolhusen.

Per 1. November 2013 oder nach Vereinbarung ist die anspruchsvolle und interessante Funktion des Leiters der Hotellerie/Gastronomie neu zu besetzen.

Als Leiter/in Hotellerie/Gastronomie LUKS

- führen Sie die Gastronomiebetriebe und den Hotelexservice des Luzerner Kantonsspitals und sind für die Weiterentwicklung verantwortlich
- sorgen Sie für eine optimale, auf die Bedürfnisse der Patienten, Mitarbeiter und Besucher ausgerichtete Organisation der Produktion, der Speisenverteilung und des Services
- gestalten Sie die künftige Ausrichtung Patienten- und Mitarbeitergastronomie federführend mit
- pflegen Sie die strategischen Kontakte zu den Lieferanten
- stellen Sie die Weiterentwicklung des Qualitätsmanagementsystems der Gastronomiebetriebe sicher
- sind Sie verantwortlich für einen kostenoptimalen Betrieb und die Einhaltung der Budgetvorgaben

Luzerner Kantonsspital
HR Abteilung
Spitalstrasse
CH-6000 Luzern 16

Tel. +41 (0)41 205 11 11
Fax +41 (0)41 205 44 11
www.luks.ch

27863-10382

luzerner kantonsspital
LUZERN SURSEE WOLHUSEN

Anforderungen

- Sie haben eine Grundausbildung im Gastgewerbe, idealerweise als Koch/Diätkoch
- Sie verfügen über einen Abschluss als Hoteller einer schweizerisch anerkannten Hotelfachschule oder haben eine adäquate Ausbildung
- Sie weisen eine mehrjährige erfolgreiche Erfahrung in der Führung grosser Gastronomiebetriebe vor, vorzugsweise in der Gemeinschaftsgastronomie
- Sie sind innovativ, kreativ und handeln kundenorientiert
- Sie pflegen einen kooperativen Führungsstil und legen Wert auf eine Kultur der gegenseitigen Wertschätzung und des Vertrauens

Wir bieten

- eine interessante Aufgabe mit Gestaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten
- hohe Selbstständigkeit und Eigenverantwortung
- gute Arbeitsbedingungen und geregelte Arbeitszeit

Kontakt

Beat Furrer, Leiter Oekonomie LUKS, 041 205 43 04

Bewerbungsverfahren

Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte unter Angabe der Kennziffer 55022 an das Luzerner Kantonsspital, HR Abteilung, CH-6000 Luzern 16.

Bei uns sind Sie in besten Händen

Kantonsspital
Graubünden

Das Kantonsspital Graubünden verfügt als Zentrumsspital der Südostschweiz über ein sehr breites, spezialisiertes und qualitativ hoch stehendes Angebot.

Sie bringen das Hotel ins Spital!

Für die Erweiterung des Room-Services des Kantonsspitals Graubünden suchen wir per 1. November 2013 oder nach Vereinbarung eine/-n

Hotel- oder Restaurations- fachfrau/-mann

(Arbeitspensum 40 – 50 %)

Hauptaufgaben

- Sie empfangen die Patienten auf der Station
- Sie verwöhnen die Patienten mit einem professionellen Mahlzeiten- und Getränkeservice
- Sie sind Ansprechperson bei Fragen rund um die Infrastruktur im Zimmer
- Sie sorgen für die tägliche Sauberkeit rund ums Bett und die Wäscheversorgung im Zimmer
- Sie betreuen die Lernenden zur/zum Fachfrau/-mann Gesundheit

Anforderungsprofil

- Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung als SEFA, HOFA, REFA, GAFA, Fachfrau/-mann Hauswirtschaft
- Sie bringen Erfahrung in gehobener Hotellerie mit. In hektischen Situationen bleiben Sie ruhig und gelassen und arbeiten selbstständig
- Sie sind eine motivierte und freundliche Persönlichkeit mit gepflegten Umgangsformen. Kundenorientierung ist ihr oberstes Gebot
- Sie sind teamfähig und flexibel
- Sie beherrschen die deutsche Sprache in Wort und Schrift
- Sie verfügen über EDV-Kenntnisse in Word und Outlook

Unser Angebot

- Interessante, verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit
- Moderner Arbeitsplatz im Zentrumsspital
- Vielseitige Fortbildungsmöglichkeiten
- Abwechslungsreiche Arbeitszeiten zwischen 07.00 und 19.00 Uhr

Für weitere Informationen steht Ihnen Christa Heierli, Leiterin Room-Service, gerne zur Verfügung, Telefon +41 81 255 23 30.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto unter Angabe der Referenznummer 68/13 an: Kantonsspital Graubünden, Personaldienst, Loëstrasse 170, 7000 Chur, www.ksg.ch

Ref.-Nr. 68/13

27864-10383



Unterhof am Rhein
Hotel Restaurant Konferenz

Ihre Zukunft erwartet Sie...
in einem der aussergewöhnlichsten Seminarhotels der Schweiz

Im Seminarhotel Unterhof harmonieren geschichtsträchtige Mauern und modernes Design in reizvollem Kontrast. 5 multifunktionale Plenarräume, 12 Gruppenräume sowie 88 helle Gästezimmer bieten eine erstklassige Infrastruktur für Seminare und Bankette bis 100 Personen. Das à la carte Restaurant Fischerstube mit 40 Sitzplätzen und das Gartenrestaurant "Rheinpromenade" mit 120 Sitzplätzen garantieren kulinarische Höhenflüge.

In dieses inspirierende Umfeld suchen wir per **1. November 2013** oder nach Vereinbarung eine/n **Seminarkoordinator/in**

Als Teil unseres eingespielten Réceptionsteams sind Sie für den Verkauf und die optimale Auslastung unserer Seminarräume und die effiziente Koordination der reibungslosen Tagesabläufe zuständig. Mit Freude und Leidenschaft beraten Sie unsere Seminargäste und bereiten die internen, operativen Prozesse gezielt und sorgfältig vor.

Für diese verantwortungsvolle Aufgabe bringen Sie mit:

- Grundausbildung in der Gastronomie
- Berufserfahrung im Bereich F&B und Seminarkoordination/Réception
- Sprach- und Wortgewandtheit in Deutsch und Englisch
- Sehr gute MS-Office Kenntnisse, Protel Kenntnisse von Vorteil

Überzeugen Sie durch ein gewinnendes, selbstbewusstes Auftreten mit hoher Kundenorientierung und sind es gewohnt, selbstständig und qualitätsbewusst zu arbeiten?

Dann erwartet Sie eine spannende, herausfordernde Aufgabe!

Ihre Bewerbung senden Sie bitte per Post oder per E-Mail an:
Seminarhotel Unterhof · Schaffhauserstrasse 8 · 8253 Diessenhofen
Tel. 052 846 38 11 · www.unterhof.ch · christine.schnoor@unterhof.ch



HOLIDAY VILLA
AROSA, SWITZERLAND

sucht für die kommende Wintersaison 2013/2014 noch (m/w)

Sous Chef
Chef de Partie
Bardame
Rôtisseur
Commis de Rang
Masseur/Masseuse
(nach Abrufl)

- * ca. 60 Zimmer & Suiten
- * 5 hauseigene Restaurants
- * Bar & Lounge
- * romantischer Wellnessbereich

Anforderungen:

- * abgeschlossene Ausbildung oder mehrjährige Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie/Hotellerie
- * Führungserfahrung (für Kaderpositionen)
- * ausgezeichnete Fachkenntnisse, saubere Arbeitsweise

Weitere Informationen geben wir Ihnen gerne nach Erhalt Ihrer vollständigen Bewerbung (aktueller lückenloser Lebenslauf mit Foto, Zeugnisse Ihrer bisherigen Arbeitgeber) per E-Mail.

Posthotel Holiday Villa Arosa
Jakob Fahrni
Oberseepromenade, CH-7050 Arosa
Tel.: +41 81 378 50 00
Fax: +41 81 377 40 43
j.fahrni@posthotel-arosa.ch
www.posthotel-arosa.ch
www.posthotelholidayvillaarosa.ch



Kloster Kappel
Seminarhotel und Bildungshaus

Kategorie: Unikat

Das erfolgreiche Seminarhotel ist ein Ort der Begegnung und des Austauschs, des Lernens und der Inspiration. Es wird von der evangelisch-reformierten Landeskirche des Kantons Zürich getragen. Im ehemaligen Zisterzienserkloster im Dreieck Zürich – Luzern – Zug gelegen, finden inmitten von Natur und Ruhe Firmenseminare und Bankette statt. Zur Ergänzung unseres Teams, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine(n)

Köchin/Koch 100%

Sie verfügen über ein fundiertes Fachwissen, Sie sind dienstleistungsorientiert, flexibel und belastbar. Sie haben Freude am verwöhnen unserer Gäste und beherrschen die Deutsche Sprache, dann wartet eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle Aufgabe mit attraktiven Anstellungsbedingungen auf Sie.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbungsunterlagen mit Foto. Diese senden Sie bitte bis 20. September 2013 an:
Kloster Kappel, Jürgen Barth, Geschäftsführer, 8926 Kappel am Albis



euofins
the bioanalytical company

Eurofins Scientific ist ein international führendes Unternehmen für bioanalytische Dienstleistungen in den Bereichen Lebensmittel, Umwelt und Pharma mit über 150 Niederlassungen und mehr als 13 000 Mitarbeitern in 29 Ländern.

Wir suchen zur Verstärkung und zur Ergänzung unseres Beratungs-Teams für die schweizerische Gesellschaft mit Sitz in Schönenwerd (SO) ab **Oktober** oder nach **Vereinbarung** eine/einen

Berater/in für Lebensmittelsicherheit (Lebensmittelindustrie/Gastronomie) / 80-100%

Sie haben eine qualifizierte Ausbildung in der **Gastronomie** eventuell **Lebensmitteltechnologie** oder eine vergleichbare Qualifikation und konnten idealerweise bereits vielfältige und fundierte Erfahrung im Bereich **Betriebshygiene, Lebensmittelsicherheit** und **HACCP** sammeln. Der Umgang mit dem PC ist Ihnen ebenso vertraut wie eine eigenverantwortliche Arbeitsweise und ein am Kunden orientiertes Verhalten. Das Einsatzgebiet bildet die gesamte Schweiz mit einem Schwerpunkt im **Mittelland**. Sie haben neben den notwendigen Voraussetzungen (Führerausweis B) ausreichende Sprachkenntnisse (bevorzugt Italienisch oder Französisch).

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle, abwechslungsreiche und attraktive Tätigkeit in einem wachsenden Unternehmen mit Perspektive. Selbstverständlich wird Ihnen die für die Aussendiensttätigkeit erforderliche Ausrüstung inklusive Firmenwagen zur Verfügung gestellt.

Haben wir Ihr **Interesse geweckt**? Dann sind wir gespannt auf Ihre aussagekräftigen Unterlagen (bevorzugt in elektronischer Form, da Dossiers nicht retourniert werden) an:

Eurofins Scientific AG, Parkstrasse 10, CH-5012 Schönenwerd
Telefon 062 858 71 00, E-Mail: Bewerbung@eurofins.ch, www.eurofins.ch

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus



JETZT BUCHEN



Swiss School of Tourism and Hospitality

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung in Passugg

Studienberater Berufliche Grundbildung m/w mit Marketing Verantwortung

Gesuchtes Profil:

- Kunden- und serviceorientiert, selbstbewusst, präsentationssicher
- Freude an der Beratung von Studierenden
- Teamfähigkeit, exakte Arbeitsweise, hohe Belastbarkeit und Flexibilität, Reisebereitschaft Schweiz und Deutschland
- Gute Kommunikationsfähigkeit, analytische Denkweise sowie rasche Auffassungsgabe, stilsicheres Deutsch in Wort und Schrift, sehr gute MS Office Kenntnisse
- von Vorteil Branchenkenntnisse (Tourismus, Hotellerie, Reisebranche, Gastronomie) und vertraut mit dem Schweizerischen Bildungssystem
- Ideales Alter zwischen 25-35 Jahre

Verantwortungsbereich umfasst:

- Beratung von Studierenden und Studieninteressierten (Zielgruppe zwischen 12-18 Jahre)
- Telefonische Nachfolge von Anfragen, Mailings, Website Leads
- Organisation von Messen, Infotagen und Schnuppertagen
- Marketingmassnahmenplanung / Kundenbeziehungsmanagement
- Präsentation mit Lernenden an Schulen/Messen/Bildungsveranstaltungen
- Kontakt zu Berufsberatern, BIZ sowie Alumni

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an Herrn Marco Haas, Leiter Betriebswirtschaft.

SSTH Schweizerische Schule für Touristik und Hotellerie AG
Hauptstrasse 12, 7062 Passugg Araschgen, Tel. +41 (0)81 255 11 11
marco.haas@ssth.ch, www.ssth.ch

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

HOTELLERIE "GASTRONOMIE ZEITUNG"

HERAUSGEBER
hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotellerieuisse.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 Kaelin
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.immobiliensuche.ch aufgeschaltet. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden. Die genauen Konditionen sind unter www.stellenprofil.ch resp. www.immoprofil.ch abrufbar

ANZEIGENSCHLUSS
Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG
Natalie Schmid (Art Direction)
Ursula Erni-Leupin
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 HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS
LA BOURSE DE L'IMMOBILIER POUR LA RESTAURATION, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

MULTIMEDIA A LA CARTE



FOTOLIA

Ob Fernsehen, Internet oder Telefonie – um ihre Gäste zu verwöhnen, setzen viele Hotels auf eine moderne technische Infrastruktur. Auch kleinere Hotels können hier die Kosten trotz Hightech im Griff behalten und das ohne zusätzlichen Aufwand für die Mitarbeitenden, denn: Um die Anlagen und Geräte kümmert sich der Anbieter. Wer bei der Auswahl sorgfältig vorgeht, kann auch mit begrenztem Budget seinen Gästen ein hochwertiges Multimedia-Erlebnis bieten.

Mit der neuesten Folge der Lieblingsserie vor einem grossflächigen Bildschirm entspannen oder nach dem Meeting-Marathon mit der Familie einen unterbrechungsfreien Videochat führen. Zu einem perfekten Aufenthalt im Hotel gehört heute für viele Gäste auch ein entsprechendes Multimedia-Angebot. Die Ansprüche sind hoch: moderne Fernseher mit grosser Senderauswahl, eine schnelle Internetverbindung und störungsfreie Telefonie. Die Gäste wollen in puncto Technik auch im Hotel auf nichts verzichten müssen. Trotzdem gilt es, die Kosten und den

Aufwand für die technische Infrastruktur im Rahmen zu halten. Eine Herausforderung für die Hoteliers.

Kontinuierlicher Service

Neue TV-Lösungen speziell für kleine und mittelgrosse Hotels erfüllen Anforderungen an Budgetvorgaben und Zeitressourcen. Dabei wird die Infrastruktur zu einer monatlichen Pauschale genutzt. Support und Installation werden von einem externen Partner übernommen. Die strategischen Entscheide bleiben beim Hotel, lediglich die Umsetzung wird abgegeben. Die Gäste kommen damit in den Genuss einer topmodernen Infrastruktur, ohne dass für das Hotel selbst grosse Aufwände anfallen. Die Hardware, also TV-Geräte oder Telefonapparate, kann sowohl gekauft als auch über einen Nutzungsvertrag gemietet werden.

Flexibler dank Mietlösungen

Mit einem Nutzungsvertrag entfallen nicht nur Investitionen in Hightech-Geräte sowie Kosten für Wartung und Betrieb

der Technik. Gerade in der Hotelbranche, wo der Alltag häufig schnelle Anpassungen erfordert, können Mietlösungen praktisch sein. Wenn ein zusätzliches Zimmer ausgestattet werden muss oder ein Gerät nicht mehr funktioniert, ist dies mit einem Telefonat beim Partner rasch erledigt und erfordert kein eigenes technisches Know-how. Praktisch ist auch, dass das Multimedia-Erlebnis bedürfnisgerecht à la carte bestimmt werden kann. Lösungen, die modular aufeinander aufbauen, lassen sich massgeschneidert zu einem Angebot für jede Hotelkategorie zusammenstellen. Hotels können so von Digital-TV bis hin zur kompletten Kommunikationslösung alles beim selben Anbieter beziehen.



Roger Wüthrich-Hasenböhler
Leiter Geschäftsbereich KMU
Swisscom (Schweiz) AG

hotelforsale.ch

Suchen Sie eine neue
Herausforderung?

Sind Sie innovativ, zielorientiert und
führungssicher? Dann sind Sie die Richtigen!

zu vermieten per 1. Juni 2014
oder nach Vereinbarung
traditionelles und beliebtes

3-Sterne Hotel Restaurant

in einem der schönsten Gebiete der
Berner Voralpen!

19 charmante Doppelzimmer, Restauration
mit ca. 140 SP, Gartenterrasse mit ca. 32 SP
moderner Seminarraum
Umsatzgrösse heute 1.4 Mio - ausbaubar
Kaufinventar ca. CHF 100'000.--

Ideal für engagiertes Pächterpaar!

Ein erfolgreiches und lebensfrohes Konzept
wartet auf Ihre Weiterentwicklung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:

Jürg Zumkehr & Sophie Etterli
Unternehmensberatung
Bernastr.25, 3800 Interlaken
Tel. 033 822 63 84
info@hotelforsale.ch

TESSIN

Zu verpachten ab Ostern 2014

Kleines Hotel mit Restaurant

In der Nähe von Lugano (10 km)
50 Sitzplätze und 50 Gartensitzplätze
6 Zimmer
3-Zimmer-Wirtwohnung
Bushaltestelle vor dem Haus
Bocciabahn und Grill
bri.merzagli@bluewin.ch

28900-10395

Interessante Kapitalanlage für Investor

30 Autominuten von Basel, in der Region Delémont, verkaufen wir altershalber Renditen-Objekt-Aktienpaket (AG) zu 100% in Familienbesitz.

Gewerbe und Wohnungen, Gebäudekomplex auf 3700 m². Einkaufsladen Mini-Marché 220 m² mit Depot und Post-Abgestellte. Güter Umsatz, Raiffeisen-Bank-Automat. Zu und Ausfahrt für Tankstellenanlage an Hauptstrasse, grosse Schaufensterfront (10x2 m²) und Büro. Parkplätze vor der Ausstellung. Evtl. Ladenvergrößerung oder medizinisches Zentrum. Heilpraktiker-Massage Hr. Lindenberger, sehr bekannt, schon vorhanden. Fünf Wohnungseinheiten. Einstellhalle UG. Angegliederter Hotel-Restaurant-Betrieb, 3-Stern-Einrichtung mit 14 Hotelzimmer, 28 Betten. Das Hotel eignet sich als Alters- oder Pflegeheim. Rollstuhlgängig, Lift, Invaliden-Toiletten etc. Neuzzeitliche Einrichtung, super Infrastruktur, Parkanlage. Angrenzend 5400 m² Bauland. Voll erschlossen. Wohn-/Gewerbezone. Grosses Einzugsgebiet.

Verkaufspreis inkl. Hotel und Ladeneinrichtung
sowie Bauland Fr. 6 800 000.--
Finanzierung: Bankzusage Raiffeisen 3,8 bis 4 Millionen
Eigentümer Fr. 1 200 000.--
Erforderliches Eigenkapital Fr. 1 800 000.--
Interessenten erhalten nähere Auskunft.

Kontaktadresse:
Centre de Commerce Bellerive SA
z. Hd. Hr. A. Haberrthür
Rte de France 22
2805 Soyhières

27844-10372

HESSER

Unternehmensberatung

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen -
vermieten - für bessere Wirtschaft-
lichkeit zu reorganisieren - oder
suchen Sie einen Betrieb - wir sind die
Dreh Scheibe für interessante Hotels
und Restaurants

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

28968-10376

ANZEIGEN

NEUERÖFFNUNG ANTIK- GALERIE mit Perlen des ehemaligen ROMANTIK HOTELS SCHWEFELBERG-BAD

Verkaufs-Ausstellung mit Bildern von
bekannten Schweizer Kunstmalern:
A. Schwarzenbach Spiez, Walter Krebs
Adelboden, Tiemaler Fritz Hug und
andere.

Einzigartige HOTEL-ANTIQUITÄTEN und
vieles mehr.

ERÖFFNUNGS-APÉRO AM

FREITAG, 20.9.2013

VON 11 BIS 20 UHR

Anschließend jeweils geöffnet:
Donnerstag bis Samstag, 11 - 18 Uhr
oder nach telefonischer Vereinbarung
unter 079 652 94 76

BEO-CENTER direkt beim Kreisler der
Autobahn-Ausfahrt Spiez
Parkhaus Etage 0

28953-10396