

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 1-2

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: 11.08.2025

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



Aus Zürich

Das erfolgreiche Sushi-Konzept der Zürcher Two-Spice-Gruppe wird erstmals auch in Bern angewendet.

Seite 19

Aus England

Ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis muss nicht billig sein, erklärt Andy Perrin, CEO von Hotelplan England, im Interview mit der htr hotel revue.

Seite 3

Aus Frankfurt

Hyperlokalität, Shareconomy oder Chinatur heissen die touristischen Trends für die nächsten Jahre, sagt das deutsche Zukunftsinstitut.

Seite 4

Aus Hasliberg

Zuerst Koch, dann Hotelier und nun Leiter der Rehaklinik Hasliberg, Andreas Kammer berichtet von seinen Erfahrungen als Klinikdirektor.

Seite 15

Inhalt

aktuell	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-13
caterer & service	15
dolce vita	17-20

hotel revue

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

1002893
Schweizerische
Periodikendienst
Herausgeber
3005 BernA0083
13/13

Energieeffizienz

Bündner Vorbilder

Immer mehr Bündner Hotels wollen sich von der CO₂-Abgabe befreien lassen.

DANIEL STAMPFU

Die Bündner Hotels spielen bei der Reduktion der fossilen Brennstoffe eine beispielhafte Vorreiterrolle. Bereits machen im Kanton Graubünden 44 Hotels in den beiden Energie-modell-Gruppen mit. Weitere 27 Hotelbetriebe sind beim KMU-Modell mit dabei. Aufgrund einer Zielvereinbarung mit der Ener-

gieagentur der Wirtschaft (EnAW) kommen diese Betriebe teilweise ab 2013 oder dann ab 2014 in den Genuss der Befreiung von der CO₂-Abgabe, die ab Anfang 2014 auf 60 Franken je Tonne Treibhausgasemissionen erhöht wurde. Laut EnAW-Moderator Daniel Schneiter zeigen weitere Hotels an einer Befreiungsmöglichkeit ab 2015 Interesse.

«Für uns ist die Rückvergütung der CO₂-Abgabe finanziell sehr interessant», sagt Andreas Züllig, Gastgeber im Hotel Schweizerhof in Lenzerheide. Das Hotel verbraucht jährlich zwei Millionen Kilowattstunden Energie. Um Heizkosten einzusparen, wurde für 250 000 Franken die Lüftungssteuerung komplett erneuert.

Seite 5

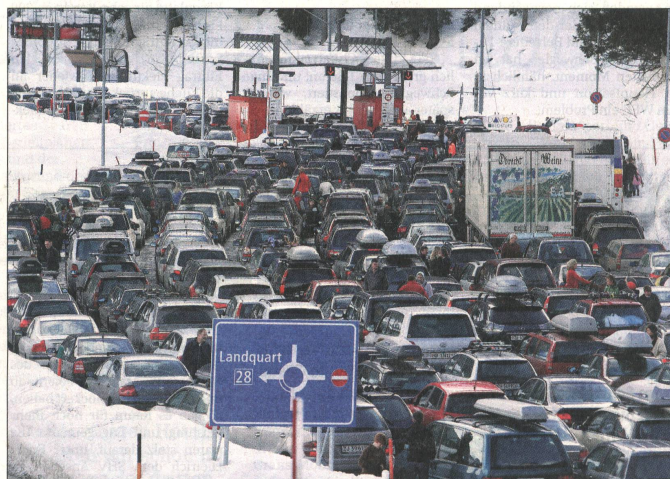
Verkehr im Wintertourismus

Trends führen weg vom Auto

Das Auto dominiert im alpinen Wintertourismus. Rund vier Fünftel der Distanzen dürften auf der Strasse zurückgelegt werden. Vieles deutet aber darauf hin, dass der Anteil des öffentlichen Verkehrs (ÖV) wachsen wird. Dafür sprechen nicht nur die Staus auf der Strasse, sondern auch neue touristische Trends.

Ein Hauptgrund für die Dominanz des Autos ist der Komfort beim Gepäcktransport, der gerade für Skifahrer wichtig ist. Da es immer weniger Skitouristen gibt, verliert dieser Vorteil an Bedeutung. Die gleiche Wirkung hat der zunehmende Verleih von Skiausrüstungen – eine Entwicklung, die durch den steigenden Anteil von Skifahrern aus Fernmärkten noch verstärkt wird.

Die Ferienregion Engadin Scuol Samnaun Val Müstair zeigt zudem, dass mit günstigen Verbesserungen beim Gepäckservice und in der Kommunikation ein weiterer Umsteigeeffekt zugunsten des ÖV möglich ist. **«fokuss», Seite 11 bis 13**



Das Auto dominiert den alpinen Wintertourismus. Doch der öffentliche Verkehr dürfte aufholen.

Keystone Arno Balzarini

Tabletop

Besteckdesign von Studenten

Kein Studium ohne praktische Erfahrung: 13 angehende Industriedesigner der Zürcher Hochschule der Künste entwerfen in Zusammenarbeit mit der Luzerner Firma Berndorf gastrotaugliches Tafelbesteck. Mit Erfolg: Die Siegerserie «Lareyna» ist bereits auf dem Markt. **fee**

Seite 20

SwissTech Convention Center

Kongresse für die Wissenschaft

Nach dreijähriger Bauarbeit eröffnet das SwissTech Convention Center am 3. April. Das neu erbaute Kongress-Center in Lausanne bietet Sitzplätze für bis zu 3000 Personen. Dank Zusammenarbeit mit der Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne – das SwissTech Convention Center steht auf dem Gelände der EPFL – kommen revolutionäre Kongresstechniken zum Einsatz: So kann ein Kongresssaal binnen 15 Minuten in einen Bankettsaal umgewandelt werden. Beat Kunz, Direktor des neuen Kongress-Centers in Lausanne, freut sich über die bereits gute Belegung: 70 Events seien aktuell bestätigt, mit insgesamt 75 000 Teilnehmern. Zwei Drittel der Veranstaltungen generierte

das EPFL. Wenn es nach Kunz geht, soll das neue Center in Europa eine Adresse für wissenschaftliche Kongresse werden. Verkauft wird man sich zusammen mit Beaulieu Lausanne und Lausanne Convention Bureau. Ab 10. April ergänzt noch ein 66-Zimmer-Hotel das neue Kongress-Center. **lb/gsg**

Seite 10

Kommentar

Ein Jahr der politisch so wichtigen Entscheide



GERY NIEVERGELT

Die Penderleströme schwellen wieder an, die Weihnachtsbeleuchtungen verschwinden endlich aus dem Strassenbild: Wir sind im Jahr 2014 angekommen. Und der Start verlief für unsere Branche vielversprechend, gerade für die in jüngster Vergangenheit arg gebeutelte Ferienhotellerie oder die Bergbahnen. Wir dürfen optimistischer in die nahe Zukunft blicken als noch zu Vorjahresbeginn.

2014 wird aber auch zum Jahr eminent wichtiger Volksentscheide. Es geht los am 9. Februar. Dann kommt die Initiative «gegen Masseneinwanderung» zur Abstimmung, mit der die SVP die Zulassung zu Aufenthalt und Arbeit wieder umfassend begrenzen will. Die Wirtschaftsverbände wehren sich geschlossen gegen diesen Versuch, die Personenfreizügigkeit auszuhebeln. Gerade für unsere Branche ist es enorm wichtig, im Arbeitsmarkt der EU frei Personal rekrutieren zu können. Der Anteil an ausländischen Mitarbeitenden in der Schweizer Hotellerie beträgt gegen 50 Prozent.

Und dann, voraussichtlich im Mai, geht es ans Eingemachte. Dann kommt die hochbrannte «Mindestlohn-Initiative» des Gewerkschaftsbundes zur Abstimmung. Ihre Annahme bedeutete einen massiven Eingriff in unsere bewährte sozialpartnerschaftliche Lohnpolitik.

Zweimal Nein! Dafür muss sich die Branche ganz entscheiden einsetzen. Sonst wird 2014 trotz konjunktureller Erholung zum ungunstigen Jahr.

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 01

ANZEIGE

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.



HOTELA
WWW.HOTELA.CH

International

Bundeskartellamt
untersagt HRS
Bestpreisklausel

Per 1. März 2014 hat das deutsche Bundeskartellamt die Forderung von HRS nach den immer besten Preisen, Verfügbarkeiten und Konditionen ihrer Hotelpartner für eindeutig wettbewerbswidrig erklärt. «Die umfassende Untersagung von Meistbegünstigungsklauseln begrüssen wir ausserordentlich, da es den erhofften Befreiungsschlag für die Hoteliers in Deutschlands Online-Distribution markieren kann», zeigt sich der Hotelverband Deutschland in einer Stellungnahme erleichtert. Die Branche wertet es auch ausdrücklich positiv, dass das Bundeskartellamt gegen Booking.com und Expedia wegen vergleichbarer Klauseln nummehr ebenfalls Verfahren eingeleitet hat.

Schweiz

Reka-Ferierendörfer
mit durchzogener
Jahresbilanz

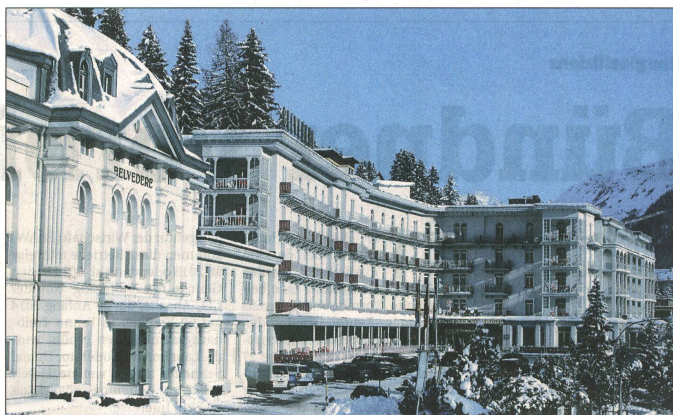
Der Aufwärtstrend im Schweizer Tourismus macht sich auch bei den Reka-Ferierendörfern bemerkbar. Im Geschäftsjahr 2013 ist der Vermietungs-Umsatz der Ferienwohnungen in der Schweiz um 5,3 Prozent gestiegen. Die durchschnittliche Auslastung lag bei 61 Prozent. Sorgen bereiten die Ferierendörfer im Ausland. In den Anlagen, die in Dritteigentum stehen, nahm der Vermietungsumsatz um mehr als 20 Prozent ab. Gründe für den Rückgang seien einerseits eine Sortimentsbereinigung und andererseits der starke Preiskampf in den Tourismusmärkten Frankreich und Italien, teilt die Reka in einem Communiqué mit.

Dumm gelaufen

Sind russische Gäste «Scheiss Kapitalisten»? Wie das Steigenberger Grandhotel Belvédère in Davos über die Festtage aus purem Blödsinn in die Schlagzeilen geriet.

GERY NIEVERGELT

Es waren insgesamt erfolgreiche Festtage für die Ferienhotellerie, doch die eine schlechte Nachricht gab und gibt zu reden. Im Steigenberger Grandhotel Belvédère logiert eine russische Familie, gemeinsam mit befreundeten Schweizern diniert man an Weihnachten im Hotelrestaurant. Ein Blick auf die Rechnung – dann Fassungslosigkeit. In Grossbuchstaben sind unter dem Posten «Speisen diverse 200 Franken» die Worte SCHEISS KAPITALISTEN aufgedruckt. Die Schweizer, fast noch empört als die Russen, wenden sich postwendend an den «Blick», der den Skandal publik macht. Und Belvédère-Direktor Ingo Schwegler hat im dümmsten Moment, nämlich in der Hauptsaison und kurz vor dem WEF, ein Problem.



Über die Festtage in den Negativ-Schlagzeilen: das Davoser Grandhotel Belvédère.

Wie kann eine solche, schier unglaubliche Panne passieren? Das fragt man sich nicht nur in der Schweizer Hotellerie und Gastronomie, sondern auch am Hauptsitz von Steigenberger in Frankfurt.

Bös geschlampt im noblen 5-Sterne-Haus

CEO Puneet Chhatwal persönlich greift zum Telefon, und Ingo Schwegler rapportiert, was er später auch der htr erzählt.

Die 10-köpfige Tischgesellschaft bestellte unter anderem eine Käseplatte, und der junge, noch wenig erfahrene Serviceangestellte tippte hierfür bloss 45 Franken ein. Vom Küchenchef darauf hingewiesen, dass eine Käseplatte für zehn Personen 200 Franken mehr kostete, fügte er diesen Betrag hinzu, schrieb das Schimpfwort und schickte den Eintrag elektronisch wieder an die Küche zurück. Danach wurde im noblen 5-Sterne-Haus kollek-

tiv geschlampt. Niemand hielt es für notwendig, die Rechnung zu kontrollieren, bevor sie an den Tisch gebracht wurde. So stellte auch niemand rechtzeitig fest, dass die Bemerkung mit ausgedruckt worden war.

Er habe mit den SCHEISS KAPITALISTEN nicht auf die russischen Gäste gezielt, sondern auf die Küchenbrigade, versichert der Serviceangestellte später seinem Direktor. Ist das glaubhaft? Schwegler jedenfalls akzeptiert

die Erklärung. Der Bursche tut ihm auch leid, ist dieser doch in kürzester Zeit zum Gespött von ganz Davos geworden. So baut er mit dem Segen der Frankfurter Zentrale den Mitarbeiter wieder auf, anstatt ihn zu entlassen. Der Fehler wiege wohl schwer, aber es komme eben auch Missgeschick und Pech hinzu. Schwegler vergleicht es mit einem Auffahr-Unfall. «Im Wagen vor ihm sass zufälligerweise eine russische Familie.»

Das Betriebsklima ist gut, sagt Direktor Schwegler

Gehandelt hat Ingo Schwegler dennoch. So lässt er derzeit das Kassensystem überprüfen mit dem Ziel, dass gewisse Einträge auf der Rechnung gar nicht sichtbar werden können. Zudem rief er sein gesamtes Team zu einer Aussprache zusammen. Die Frage, ob die Fehlleistung auf ein schlechtes Betriebsklima hindeute, verneint er energisch.

Erste Pflicht des offenen kommunizierenden Direktors war jedoch die Entschuldigung an die Adresse der betroffenen ausländischen Hotelgäste, mit denen er sich, wie er sagt, von allem Anfang an doch so gut verstanden habe. Die Russen hätten seine Entschuldigung und Erklärungen glücklicherweise akzeptiert, und er sei sich ziemlich sicher: «Wir werden diese Familie auch in Zukunft im Grandhotel Belvédère begrüssen dürfen.»

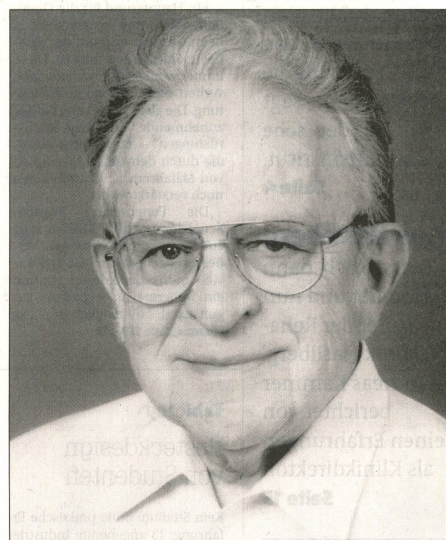
Abschied von einem Patron und Mentor

Erinnerungen an Franz Dietrich, der am Weihnachtstag im Alter von 85 Jahren verstarb. Der bedeutende Gestalter im Schweizer Tourismus war von 1961 bis 1991 für den Schweizer Hotelier-Verein SHV tätig, 1973 bis 1989 als Direktor des Verbandes.

Franz Dietrich war kein Manager und kein CEO. Er war ein Chef und Patron, der lebte, was er während Jahren in der Schulung predigte. Der Mitarbeiter war sein Mitmensch, dem er offen, vertrauend, grosszügig, fordernd und vor allem fördernd begegnete, egal, ob er ihn zum Vize ernannte oder

ihm das Verteilen der Post übertrug. Er hatte das Gespür dafür, was jeder an seinem Posten zu leisten imstande war. Grosse Ziele zu erreichen war für ihn eine Sache des Miteinanders und Füreinanders. Er setzte sie kreativ und weitsichtig, und tat dies bisweilen auf unkonventionelle, hu-

morvolle, mitreissende Art, war er doch geradezu ein Meister des Geniessens. Mag das Feiern ab und zu die Zügel gelockert haben, so gab es Raum für noch mehr Leistung und Engagement. Alle waren stolz darauf, unter Franz Dietrich dem SHV Ansehen zu verschaffen. Gewitter oder gar ein Sturm von Zeit zu Zeit taten dem keinen Abbruch. Vorüber war vorüber. Er liebte Streitgespräche und akzeptierte Kritik. Für viele war er als Mentor entscheidend für die berufliche Entwicklung und für manche ein Helfer in Notlagen. Daraus bezog er seine Autorität, die auch in heiklen Situationen stabil blieb. Die lebenslange Verbundenheit so vieler Ehemaliger mit Franz Dietrich zeugt von seiner Führungsqualität und seinem menschlichen Stil.



Grosszügig, fordernd und fördernd: Franz Dietrich.

Von seinem Wissen profitierten Fachschulen auf drei Kontinenten

Es ist fast nicht vorstellbar – und doch sind Tausende Mitarbeiter in Hotellerie, Gastgewerbe und Tourismus durch ihre Lehre und Ausbildung mit dem Wirken von Franz Dietrich eng verbunden. Zusammen mit dem nur einen Tag vor ihm verstorbenen Marcel Burri, Hotelier in Gstaad, legte er Grund- und Eckstein der Branchen-Berufsbildung. Die Aus- und Weiterbildung ist als sein Lebenswerk zu bezeichnen: es umfasst Lehrpläne, Lehrmittel, Kurse, Schulhotels, Fachschulen, das Seminar für Unternehmensführung und das Institut für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern. Von seinem Wissen, seinen Erfahrungen und seinem Rat profitierten Fachschulen auf drei Kontinenten. Er schaffte Strukturen, auf denen sich weiterbauen liess. Der Aus- und Weiterbildung galt sein gros-

ses Interesse bis ins hohe Alter. Politische Ämter (1987 bis 1991 CVP-Nationalrat), militärische und kirchliche Aufgaben, Ehrungen und Mandate in Verwaltungs- und Stiftungsräten (u.a. Präsident Pro Patria) blieben nicht aus. Selbst als Interessenvertreter dachte er nicht nur an den spezifischen Auftrag, sondern immer ans grosse Ganze. Gesellschaftliche Verantwortung – diese oft missbrauchte Floskel lebte er. Bis zum Tod blieb er klar und neugierig. Er hat viel gelesen, am liebsten Texte, die sich mit Religion und Philosophie auseinandersetzen. Er war gläubiger Katholik und dies in einem tiefen Sinn: Nicht der Popanz der Oberfläche sprach ihn an (obschon ihm, dem barocken Menschen, dieser Effekt aus ästhetischer Sicht durchaus gefiel), sondern der Glaubensinhalt, das Wesentliche.

Nach der Pensionierung kam Franz Dietrich mit dem Bau des Hotels Allegro in Bern noch zu «seinem» Hotel; er, der sich als Nicht-Hoteller so stark für die Hotellerie eingesetzt hat. Als Präsident der Hotel Allegro Bern AG, damals noch Tochter der Kursaal Bern Unternehmungen, räumte er alle Hürden gegen das ehrgeizige Projekt aus dem Weg. Für den während des Baus designierten Direktor Patrik Scherrer wurde er ein väterlicher Freund. Bei der Eröffnung des Hotels übergab er Scherrer symbolisch den Takstock – mit den Worten: «Führe das Hotel wie ein Orchester – denn nur wenn jedes Instrument an seinem Platz gut spielt, wird das Konzert perfekt sein.»

Peter Kühler
(mit Dank an die Familie und Maria Küng)

Wir haben die schmerzliche Pflicht, Sie vom Hinschied unseres Ehrenmitglieds

Franz J. Dietrich

28. Juli 1928 bis 25. Dezember 2013

in Kenntnis zu setzen. Er ist am Weihnachtstag nach kurzer, schwerer Krankheit verstorben.

Franz J. Dietrich war von 1973 bis 1989 Direktor des Schweizer Hotelier-Vereins. Seiner Weitsicht und Initiative entsprangen zahlreiche Projekte zum Wohle des Verbandes und der Branche, so dass sein unermüdlicher Einsatz für die Schweizer Hotellerie uns in bester Erinnerung bleiben wird. In Dankbarkeit und hoher Achtung bewahren wir dem Verstorbenen ein ehrendes Andenken. Den Angehörigen sprechen wir unser herzliches Beileid aus.

hotellerieuisse

Guglielmo L. Brentel
Präsident

Dr. Christoph Juen
CEO

Der Trauergottesdienst hat am 8. Januar 2014 stattgefunden.



Andy Perrin zeigt sich für die laufende Wintersaison optimistisch. Die Buchungen für die Schweiz liegen bei Hotelplan England deutlich höher als im Vorjahr.

Standpunkt

Keine Patentlösungen für den Strukturwandel



RICHARD KÄMPF*

Auf Betriebsebene ist der Strukturwandel eine Realität. Vor allem Kleinbetriebe können mittels Kooperationen Synergien nutzen und die unter Experten zunehmend intensiver diskutierte Nachfolgeproblematik entschärfen. Gleichzeitig ist auch klar, dass das Eingehen langfristiger erfolgreicher überbetrieblicher Kooperationen herausfordernd ist. Auch auf Destinationsebene lässt sich der Strukturwandel beobachten. Erfolgreiche Destinationen zeichnen sich durch

«Die Anzahl von rund 560 Tourismusorganisationen ist nach wie vor zu hoch.»

strategische Angebots- und Produktgestaltung und eine konsequente Ausrichtung auf die Gästebedürfnisse aus. Die heutigen territorial-administrativen Grenzen widersprechen häufig der Gästeoptik, und die Anzahl von rund 560 lokalen und regionalen Tourismusorganisationen ist nach wie vor zu hoch. Der Strukturwandel im Schweizer Tourismus findet statt und er dürfte sich in den nächsten Jahren noch beschleunigen. Die Tourismusunternehmen stehen diesbezüglich vor ernsthaften Herausforderungen. Allerdings gibt es keine Patentlösungen für ein erfolgreiches Gestalten des Strukturwandels! Die Chancen, dass sich die Schweizer Tourismuswirtschaft auch in Zukunft erfolgreich an ein sich wandelndes Umfeld anpassen wird, sind intakt. Stellvertretend hierzu das Zitat eines ausländischen Referenten am diesjährigen Tourismus Forum Schweiz: «Wenn man sich als Touristiker ein Land wünschen würde: Es käme die Schweiz heraus.»

* Richard Kämpf ist Leiter des Ressorts Tourismus beim Seco.

Die Hausaufgaben gemacht

Andy Perrin, CEO von Hotelplan England, über das Wintergeschäft mit der Schweiz, die härtesten Konkurrenten unseres Landes und die dramatische Währungs-Entwicklung.

ANDREAS GÜNTERT

Andy Perrin, bevor wir auf die Frage-Piste gehen: Sind Sie Snowboarder oder Skifahrer?

Nun, ich habe Snowboarding einmal probiert, doch das führte zu keinem persönlichen Erfolg. Also bleibe ich beim Skifahren, das ich vor langer Zeit in Österreich erlernt habe.

Wo lernen die Briten heute Skifahren und Snowboarden?

Auf unseren Inseln gibt es zwar eine Anzahl an Skihallen, einige davon sogar mit echtem Schnee. Sehr viel wichtiger für unsere Branche war es aber, dass es lange eine grosse Gruppe von Ski-Novizen gab, die ihre ersten Schneesport-Erfahrungen in Ländern wie Andorra oder Bulgarien machten, wo die Skigebiete kleiner und die Hotelpreise tiefer sind als anderswo. Im Erfolgsfall buchten diese Leute später dann oft in den Top-Ländern des Alpenbogens. Doch grosse Teile dieses Starter-Marktes brachen mit der Rezession ab 2008 weg.

Wie hat das Ihr Winter-Business beeinflusst?

Auf dem Höhepunkt unseres Geschäftes, in der Wintersaison 2007/2008, zählten wir auf den Britischen Inseln rund 1,2 Millionen aktive Skifahrer. Rund ein Drittel davon ging uns in den folgenden drei Saisons verloren.

Angst um den Job, forciertes Sparen und Zurückhaltung bei Ferienplänen wirkten sich stark aus – und der Zielmarkt Schweiz war aufgrund der Wechselkurs-Entwicklung überdurchschnittlich betroffen.

Wie hat sich die Pfund-Franken-Relation für einen englischen Stammgast ganz konkret gezeigt?

Ich mache Ihnen ein kleines Rechen-Beispiel: Wenn ein Wochen-Skipass in einem Schweizer Wintersportort 2007 für 400 Franken zu haben war, dann waren das für die Briten damals 167 Pfund. Angenommen, der Skipass hat in der Zwischenzeit um moderate 20 Franken aufgeschlagen, so sind das aktuell 300 Pfund – eine Zunahme von 80 Prozent!

Kein Wunder, haben die britischen Logiernächte gelitten.

Sie beklagten sich vor drei Jahren darüber, dass die Schweizer Touristiker preislich zu passiv waren. Wie hat sich das entwickelt?

Mein Anliegen war damals, dass Schweizer Bergbahnen und Hoteliers mehr Leistung fürs Geld bieten müssen, wenn sie den britischen Quellmarkt behalten wollen. Diese Botschaft haben die Schweizer Touristiker verstanden, zudem haben wir vom Schweizer Tourismus-Büro in London sehr aktive Unterstützung erhalten. Sie machen

mehr Gebrauch von ihren preislichen Möglichkeiten und arbeiten jetzt stärker mit uns zusammen, sodass wir auch attraktive Pakete anbieten können.

Hierzulande findet man da und dort, dass man sich zu billig anbiete.

Diese Gefahr sehe ich nun wirklich nicht. Aussergewöhnliche Ereignisse, wie etwa die Kombination einer Wirtschaftskrise mit einer Währungsschmelze, erfordern auch aussergewöhnliche Reaktionen. Eine Destination muss sich

doch einfach fragen: Wie passen unsere Preise zu den Quellmärkten? Was können sich unsere Gäste leisten und wie reagieren wir auf starke Verschiebungen? Diesbezüglich haben die Schweizer Touristiker ihre Hausaufgaben gemacht.

Und was sind die Hausaufgaben des Tour-Operators?

Unsere Rolle ist es, den Destinationen aufzuzeigen, wie beispielsweise das Schweizer Produkt in unserem Quellmarkt ankommt. Und wir können zusammen mit Schweizer Touristikern dazu beitragen, ein Produkt preislich attraktiver zu machen. Ein gutes

Beispiel dafür sind Angebote, die wir diesen Winter neu in Crans-Montana auflegen. Pakete, in denen nicht nur Flüge, Transfers und Hotelnächte drin sind, sondern auch Skimiete und Skilift-Pässe. Das sind

Rundum-sorglos-Angebote, die bei unseren Gästen sehr gut ankommen.

Wer Kinder-Skischule oder Gratis-Liftfahrten offeriere, schädige die Marken-Reputation, lautet die Kritik in der Schweiz und in Österreich.

Für mich ist das ein eher hypothetisches Thema. Mir ist jedenfalls nicht aufgefallen, dass beispielsweise St. Moritz plötzlich sehr billig geworden wäre.

Worauf achten britische Wintersport-Touristen?

Ein sehr wichtiger Aspekt ist «value for money», also der Gegenwert, den sie für ihr Geld erhalten. Das bedeutet aber nicht, dass es «billig» ist, sondern dass die Gäste sehr genau darauf achten, ob Qualität, Service und Leistung preiswert sind.

Welches sind die härtesten Konkurrenten der Schweiz?

Wer ganz stark auf Schneesport an und für sich fokussiert, wird wohl in die riesigen französischen Skigebiete wie Chamonix, Courchevel/Meribel oder Tignes/Val d'Isère reisen. Wer dezidiert auf Gegenwert fürs Geld aus ist, schaut sich bestimmt Österreich sehr genau an. Wer aber auf die Kombination dieser

beiden Werte – Schneesport und Gegenwert fürs Geld – Wert legt, ist ein Fall für die Schweiz. Das Land liegt uns sehr am Herzen. 2014 feiern wir bei Inghams das 80. Jahr unserer Geschäftsbeziehungen mit der Schweiz; bei einigen Hotels arbeiten wir schon mit den Patrons der dritten und vierten Generation zusammen.

Wie entwickelt sich das Schweizer Wintergeschäft derzeit bei Ihnen?

Wir sind sehr optimistisch für diesen Winter. Derzeit liegen wir bezüglich Passagierzahlen um 20 Prozent über den Vorjahreszahlen.

Ist das Plus so gross, weil das Minus letztes Jahr so brutal war?

Letzten Winter, so hoffe ich mindestens, haben wir die Talsohle erreicht. Mit der Attraktivierung der Angebote lassen sich aktuell auch die Passagierzahlen wieder steigern.

Welches sind Ihre Top-Destinationen in der Winter-Schweiz?

Sehr gut läuft das Wallis. Zermatt, Verbier, Saas-Fee – das sind unsere Top Drei. Destinationen wie Gstaad und St. Moritz sind zwar sehr bekannt, doch die Währungsentwicklung hat sie für die meisten unserer Gäste unerschwinglich gemacht.

Wer gehört in den Köpfen der Briten zur «Champions League» der Schweizer Wintersportorte?

Neben St. Moritz und Gstaad sind sicher Zermatt, Verbier und Saas-Fee, möglicherweise auch Wengen/Mürren sehr gefragt.

Arosa und Lenzerheide fusionieren auf diese Saison hin ihre Skigebiete. Werden die beiden Orte jetzt auch ein Fall für die Oberliga der touristischen Schweiz?

Weder Arosa noch Lenzerheide sind heute sehr bekannt bei den Briten. Dass dort ein neues grosses Skigebiet entsteht, hat man aber auch hier vernommen. Ob sie es nach ganz oben schaffen, hängt von verschiedenen Dingen ab: Preisgestaltung, Hotel-Buchbarkeit durch britische Tour-Operators, Erreichbarkeit. Wenn sich Arosa und Lenzerheide auf diesen Gebieten gut schlagen, wird es wohl drei bis fünf Jahre dauern, um eine gewisse Bekanntheit aufzubauen.

«Wir können mit Schweizer Touristikern dazu beitragen, ein Produkt preislich attraktiver zu machen.»



Weil er eine Wette verlor, wirbt Xherdan Shaqiri für Arosa und den Wintersport.

Obwohl der Schweizer Fussballprofi Xherdan Shaqiri bisher den Winter nicht besonders mochte, hat er sich auf einen Testtag in Arosa eingelassen. Tourismusdirektor Pascal Jenny hat mit dem Ballkünstler eine Wette abgeschlossen, er könne ihn zum Fan des Wintersportangebots konvertieren. Shaqiri hat die Wette prompt verloren. So wird er künftig als Botschafter für Arosa und den Schweizer Tourismus auftreten und nicht nur mit Fuss – sondern auch mit Schneebällen junge Schweizer für den Bergwinter begeistern.

Aus der Region

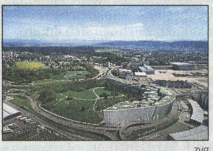
Wallis

Neuer Webauftritt
für die Zermatt
Bergbahnen AG

Die Zermatt Bergbahnen AG überraschen ihre Gäste seit Weihnachten mit einem neuen Webauftritt. «Auf der dynamischen Website können Gäste zielgruppenspezifischer und direkter angesprochen werden», wird CEO Markus Hasler in einer Medienmitteilung zitiert. Im Online-Ticket-Shop können Gäste ihre Keycards mit ein- bis achtstägigen Skipässen aufladen. In der laufenden Saison soll auch Yield Management getestet werden.

www.materhornparadise.ch

Zürich

Finanzpartner für
Grossprojekt am
Flughafen Zürich

Am Immobilien-Projekt **The Circle** wird sich neben der Flughafen Zürich AG auch die Swiss Life AG als Investorin beteiligen. Geplant ist ein Business-Zentrum mit zwei Hotels mit einem Convention Center. Dazu sind Büroräume sowie Räume für Kultur, Bildung und Gastronomie geplant. Die Investitionskosten betragen rund eine Milliarde Franken. Im Idealfall kann das Center 2018 eröffnet werden.

Zentralschweiz

Engelberg plant
Renovation der
Titlis-Schanze

Die Anlaufbahn der Naturschanze in Engelberg bedarf einer Totalerneuerung. Diese ist unumgänglich, damit Engelberg als Austragungsort von Skispringen seinen Platz im Weltcup-Kalender behalten kann. Die Arbeiten erfolgen nicht zuletzt auch aus Sicherheitsgründen zugunsten der Athleten. Mit dem Einbau einer Flutlichtanlage erweitert sich das Zeitfenster für TV-Übertragungen. Die Renovationskosten belaufen sich auf gut 2,5 Millionen Franken.

Blick in die Kristallkugel

Welches sind die
touristischen
Trends für die
nächsten Jahre? Der
neueste Report des
Zukunftsinstituts
offenbart den
Touristikern, was
gefragt ist.

CHRISTINE KUNZLER

Einer der fünf Trends (vergl. Zweittext), die der Tourismusreport 2014 thematisiert, ist die Hyperlokalität, eine starke Loyalität zum eigenen Standort: «Lokale Gegebenheiten erhalten eine neue Wertigkeit. Anders als früher wird diese Loyalität jedoch



«Hyperlokalität
gibt Städten und
Regionen wieder
ein Gesicht und
einen Charakter.»

Anja Kirgis
Deutsches Zukunftsinstitut

spottedbylocals.com findet der Gast in 46 europäischen Städten – darunter Zürich und Genf – lokale Reiseleiter, die ihm die Stadt zeigen.

Zum Phänomen Hyperlocal gehören auch kleine urbane Manufakturen, die an alte Traditionen anknüpfen, jedoch alles anders machen. Kultur und Handwerk eines Ortes sollen nicht nur bewahrt, sondern auch weiter entwickelt werden.

Ein Beispiel, wie die ländlichen Orte den Trend zur Hyperlokalität nutzen können, zeigt www.landio.de. Geben die Reisenden dort ihren Ferienort ein, erhalten sie eine Liste mit Sehenswürdigkeiten der Umgebung. Das kann auch ein Handwerker oder ein Hofladen sein. Die Site informiert zudem über tagesaktuelle Anlässe, die über Twitter verbreitet werden. So können etwa Hoteliers und Wirte auch über kurz-

fristige Rabattaktionen oder Angebote informieren.

Regionen und Städten ein
Gesicht verleihen

Hyperlokalität lebt vom Wir-Gefühl, vom Miteinander. «Sie macht Städte und Regionen wieder einzigartig, charmant und verleiht ihnen Gesicht und Charakter», so Kirgis. Reisenden vermittelt sie ein Zuhause-Gefühl, Sicherheit und Zugehörigkeit. Das sei elementar, denn der Gast verweilt gerne, wo er sich angenommen und zu Hause fühlt.

Der Tourismusreport stellt drei Thesen auf:

1. Nicht der Ort ist das Ziel, sondern die Erfahrung, die dort gemacht wird. Standorte sollten Atmosphäre, Erlebnisse und Ethik zum Kern ihrer Kommunikationsstrategie und Marke machen. Die Vermarktung einer Region basiert auf Emotionen und Geschichten. Dem Reisenden ist es egal, ob seine Bergtour im Tirol, in Vorarlberg oder in der Schweiz stattfindet und wo sein Wohlfühl-Hotel steht – die Digitalität hat Grenzen aufgelöst.

2. Das Hotel ist tot, es lebe die Unterkunft: Der Spagat zwischen Überfluss und Überdruß kann nur gelingen, wenn der Massentourismus neu erfunden wird und der Individualismus von der Masse zur Nische avanciert.

3. Es muss ganz schnell, ganz langsam gehen: Erreichbarkeit ist das A und O, jedoch gewinnt das Unterwegssein an Bedeutung.

Chinatur: Massenpotenzial
zwischen Grün und Nische

Auch der chinesische Markt ist ein Thema in der Trendstudie. Denn er wird zum Hoffnungsträger vieler Touristiker: Letztes Jahr gaben die reisefreudigen Chinesen weltweit 102 Milliarden US-Dollar aus, 40% mehr als 2011. Analysten gehen davon aus, dass der Markt bis 2020 jährlich um 17 Prozent wachsen wird. Wenn die europäischen Länder die chinesischen Feriengäste nicht an Amerika und Asien verlieren wollen, müssen sie vermehrt auf die Vorlieben dieser Gäste reagieren, angefangen von Soja-Milch zum Frühstück über chinesische TV-



Was kommt auf die Touristiker zu? Die Forscher des Zukunftsinstituts kennen die Antworten. Fotolia

Kanäle und Websites. Hilton hat mit «Huanying» ein Konzept ins Leben gerufen, das chinesische Gäste mit Servicedesign anspricht: In den teilnehmenden rund 70 Häusern wird sprachlich, kulturell und ästhetisch auf alle Wünsche dieser Gäste eingegangen. Damit steigerten diese Hotels die Anzahl chinesischer Gäste um 120 Prozent.

Die Studie beleuchtet auch die Schweiz, die laut Euromonitor International im Jahr 2017 auf dem 7. Platz des weltweiten Ankunftsrankings stehen wird: Sie verliere an Potenzial, wenn sie

aufgrund mangelnder Flexibilität nicht schnell genug auf die häufig spontan buchenden Chinesen eingehe. Die Chinesen sind bildungshungrig und wünschen sich auf ihrer Reise einen intellektuellen Mehrwert, klassische Gruppenreisen mit sieben Ländern in zehn Tagen sind immer weniger gefragt.

Laut der Reismarketingagentur Dragontrail sind neun von zehn Chinesen, die von einer Europa-Reise zurückkehrten, enttäuscht: Die 08/15-Reiseangebote behagen ihnen nicht. Sie möchten die Stadt lieber indivi-

duell statt in einer Gruppe erkunden und in München etwa lieber die weltweit älteste Würstlbude sehen als das Oktoberfest. Zudem zeigen Untersuchungen, dass chinesische Gäste lokale Gastronomie chinesischen Restaurants vorziehen.

Trends wie Shareconomy und Greeneverywhere (siehe Zweittext) sind der chinesischen Tradition und Lehre nicht unbekannt und werden die Lebensmodelle immer mehr prägen. Das heisst: Langfristig wird China nicht der Konsummarkt sein, den sich der Westen wünscht.

Nachhaltigkeit neu definiert

Nebst «Hyperlocal» und «Chinatur» (siehe oben) beschreibt Anja Kirgis im Tourismusreport 2014 des deutschen Zukunftsinstituts drei weitere Trends:

1. Shareconomy: Kollaborativer Konsum – teilen und tauschen – ist einer der schnellsten soziokulturellen Trends der nächsten Jahre. Alternative Chauffeurdienste und private Zimmervermittlungen boomen.

Statt sich gegen diese Tourismusform zu wehren, können Touristiker Kooperationsmöglichkeiten prüfen.

2. Greeneverywhere: Nachhaltigkeit als Begriff neu definieren, sie muss einen persönlichen Nutzwert bieten. Beispiel: Aus alter Luxus-Hotel-Bettwäsche entstehen Einkaufstaschen in limitierter Auflage (www.sleepingbags.me). Die Marriott-Hotels verkaufen die Taschen,

50% des Erlöses geht an eine Hilfsorganisation.

3. Big Data: Massenhafte Datenspeicherung bietet vielfältige Chancen im Tourismus, vorausgesetzt, die Datennutzung wird offengelegt und der Gast eingebunden. Ein touristisch relevanter Einsatzbereich grosser Datenmengen ist die Mobilität. ck

Der Tourismusreport 2014 ist zu beziehen bei www.zukunftsinstitut.de

TODESANZEIGEN

Wir haben die schmerzliche Pflicht, Sie vom Hinschied unseres langjährigen Vizedirektors und Personalchefs

Yves G. Dreyfus

1952 - 2013

in Kenntnis zu setzen. Er ist nach kurzer, schwerer Krankheit am Freitag, 20. Dezember 2013 von uns gegangen.

Wir trauern um einen grossartigen und sehr geschätzten Menschen, der über 34 Jahre unser Haus mitgeprägt hat. Er war für viele Nachwuchskräfte Mentor und Vorbild und hat damit für unsere ganze Branche Herausragendes geleistet. Wir werden uns stets in Dankbarkeit an ihn erinnern und ihm ein ehrendes Andenken bewahren.

Besitzer, Direktion, Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter
H. Kracht's Erben AG
Hotel Baur au Lac, Zürich

Die Beerdigung erfolgte im engsten Familienkreis.

Mit grossem Bedauern haben wir vom Hinschied unseres Ehrenmitglieds

Marcel L. Burri-Ammon

3. Oktober 1921 bis 24. Dezember 2013

erfahren.

Sein unermüdlicher Einsatz für die Schweizer Hotellerie wird uns in bester Erinnerung bleiben. In Dankbarkeit und hoher Achtung bewahren wir dem Verstorbenen ein ehrendes Andenken. Den Angehörigen sprechen wir unser herzliches Beileid aus.

hotellerieuisse

Guglielmo L. Brentel
Präsident

Dr. Christoph Juen
CEO

Die Trauerfeier fand am Montag, 30. Dezember 2013 statt.

In Sachen CO₂-Befreiung gehen die Bündner Hoteliers mit gutem Beispiel voran. Eine grosse Anzahl von ihnen macht beim Energie-Modell oder dem KMU-Modell mit.

DANIEL STAMPELI

Der Kanton Graubünden ist der schweizweit wichtigste Hotelpartner der Energieagentur der Wirtschaft (EnAW). Sehr viele Hotels mit grossem Energieverbrauch haben das riesige Energiesparpotenzial erkannt und mit der EnAW die erforderlichen Verträge abgeschlossen.

Unter dem Coaching von Moderator Daniel Schneider von der EnAW wurden je eine Energie-Modell-Gruppe (EMG) Nord- und Südbünden gegründet. Zahlreiche andere Hotels sahen sich motiviert, im KMU-Modell mit von der Partie zu sein. Aktuell umfasst die EMG Nordbünden 24 Hotelbetriebe, die EMG Südbünden 20 Hotelbetriebe (alles 4- und 5-Sterne-Hotels). Beim KMU-Modell, für welches bei der EnAW Stefan Eggmann zuständig ist, machen derzeit 27 Hotelbetriebe mit.

Hintergrund dieser Bemühungen ist das revidierte CO₂-Gesetz. Das Gesetz sieht wie bisher eine CO₂-Abgabe vor, die auf fossile Brennstoffe wie zum Beispiel Heizöl oder Erdgas erhoben wird. Auf Anfang 2014 wurde die CO₂-Abgabe je Tonne Treibhausgasemissionen auf 60 Franken erhöht. Das Gesetz sieht unter gewissen Bedingungen aber auch eine Befreiung von der CO₂-Abgabe vor.

Weniger Kosten und fachliche Beratung

Laut Daniel Schneider hat die Zusammenarbeit mit der EnAW

Zwei Möglichkeiten Energie-Modell und KMU-Modell

Für die Abgabebefreiung stehen den Betrieben zwei Möglichkeiten der EnAW zur Verfügung: Das **Energie-Modell** deckt die Ansprüche von mittleren und grossen Unternehmen mit jährlichen Energiekosten von über 500 000 Franken und komplexen Energiemanagement-Prozessen. Im Energie-Modell werden die Unternehmen von einer fachkundigen und erfahrenen EnAW-Moderatorin oder einem -Moderator begleitet und beraten. Jedes Unternehmen ist Mitglied in einer Energie-Modell-Gruppe und profitiert vom

Erfahrungs- und Know-how-Austausch in der Gruppe.

Das **KMU-Modell** bietet Energie-Management für kleine und mittelgrosse Unternehmen, die keinen eigenen Energiebeauftragten haben, jährlich weniger als 1500 Tonnen CO₂ ausstossen und unter 1 Mio. Franken für Energie ausgeben. Mit wenig Aufwand wird das Energieeffizienzpotenzial festgestellt und mit wirtschaftlichen Massnahmen ausgeschöpft. Der Einstieg in das KMU-Modell lohnt sich schon ab jährlichen Energiekosten von 20 000 Franken. dst

verschiedene Vorteile: Die Hotels können sich von der CO₂-Abgabe befreien lassen. Diese Abgabe, die auf Brennstoffen bezahlt werden muss, wird rückvergütet. «Dies ist relativ viel Geld», so Schneider. Zweitens profitierten die Betriebe vom Erfahrungsaus-

tausch und hätten eine Ansprechperson mit viel Branchenerfahrung, die einen besuche und betreue. «Ich habe alle diese Hotels seit Sommer 2013 besucht und verfüge über einen riesigen Erfahrungsschatz», bilanziert Schneider. Wer bis im Mai angemeldet war, kommt schon für das Jahr 2013 in den Genuss der CO₂-Befreiung. Alle 44

Hotels (4 und 5 Sterne) der EMG-Gruppen profitieren bereits für das Jahr 2013 oder 2014 (Stichtag 1. September 2013) davon.

Im Durchschnitt kann von einer Kostenersparnis beim Brennstoffverbrauch von 15 bis 30% ausgegangen werden. Über die ganze Laufdauer bis im Jahr 2020 gerechnet könne dies 100 000 Franken bis zu 1 Mio. Franken ausmachen. Die Feed-



«Die Rückvergütung der CO₂-Abgabe ist jährlich ein fünfstelliger Betrag.»

Andreas Züllig
Hotel Schweizerhof, Lenzenerheide

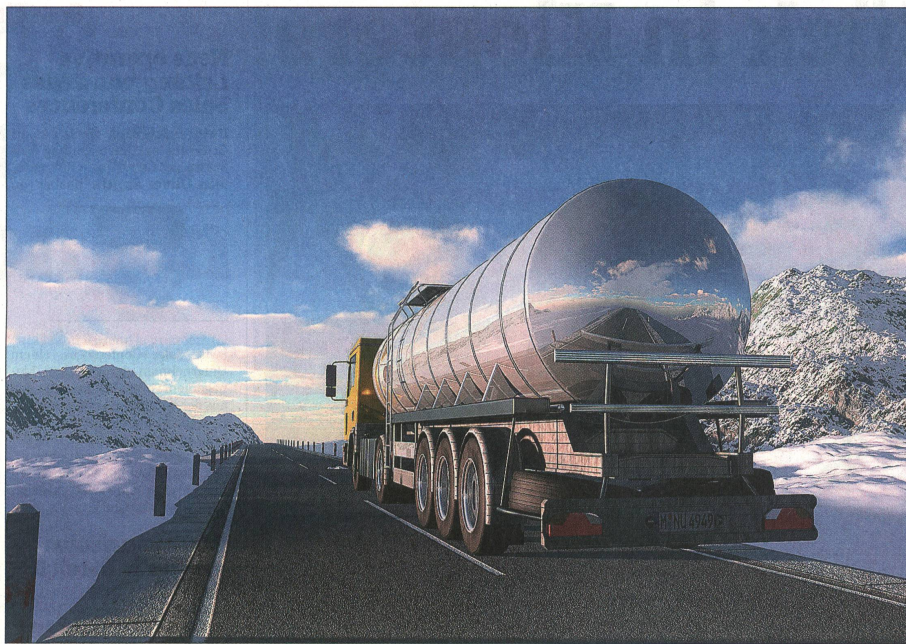
backs der Hoteliers seien durchwegs positiv. «Wir konnten seit Jahren vorhandene Mängel angehen oder gar bereits beheben», so Daniel Schneider. Einzelne Hotels würden zu stark heizen, so dass sich sogar die Gäste beschwerten.

Einsparungen und Investitionen

Das Hotel Schweizerhof in Lenzenerheide verbraucht jährlich 2 Millionen Kilowattstunden Energie, wie Gastgeber Andreas Züllig erklärt. Im vergangenen Frühling sei für 250 000 Franken die Lüftungssteuerung komplett erneuert worden. Bei Heizkosten-Einsparungen von jährlich 30 000 Franken seien die Investitionen innert acht Jahren amortisiert. Hinzu kommt, dass auf Grund der Zielvereinbarung

mit der EnAW in den Genuss einer Rückvergütung der CO₂-Abgabe kommt, jährlich ein fünfstelliger Betrag. «Dies ist finanziell sehr interessant», so Züllig. Auch die Tschuggen Group macht mit ihren drei Bündner Hotels – Tschuggen Grand Hotel und Sporthotel Valsana in Arosa sowie Carlton Hotel in St. Moritz – bei den Bündner Energiemodell-Gruppen mit. Laut Corinne Denzler, Verwaltungsratsdelegierte der Tschuggen Hotel Group, ist dabei das konkrete jährliche Einsparziel für die nächsten acht Jahre noch nicht bezifferbar. Sie geht von einem sechsstelligen Betrag aus. Es ist aber durchaus denkbar, dass für energetische Sanierungen im Gegenzug Investitionen getätigt werden müssen. «Ich möchte eine Nettorechnung machen, also wissen, was unter dem Strich rauskommt.»

Seit dem 1. September 2013 hat sich laut Daniel Schneider ein Hotel in Nordbünden vertraglich angemeldet, mit Befreiungsmöglichkeit ab 2015. Interesse zeigten weitere Betriebe.



Künftig sollen weniger Tanklastwagen mit Heizöl zu den Hotels unterwegs sein. Fossile Energie soll weniger verbraucht werden. Fotolia

Bündner Hoteliers sparen Energie

Aus der Region

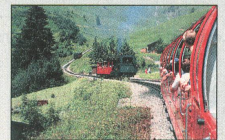
Bern

Neuer Rekord bei Logiernächten in der Stadt Bern

Mit rund 709 000 Übernachtungen konnte in der Stadt Bern erstmals die 700 000-Schallmauer durchbrochen werden. «Der erneute Stadtberner Logiernächte-Rekord zeigt: der Berner Angebotsmix stimmt, für den Kongress- wie für den Freizeit-tourismus», kommentiert Markus Lergier, Direktor Bern Tourismus, hocherfreut. Und die Zusammenarbeit zwischen Bern Tourismus und der Hotellerie trage Früchte.

Berner Oberland

Schuldenerlass für die Brienz Rothorn Bahn AG



Switzerland Tourism / Philipp Gieget

Die Stimmberechtigten von Brienz haben an der letzten Gemeindeversammlung im Jahr 2013 ein altes Darlehen an die Dampfbahn auf das Rothorn abgeschrieben. Der Erlass der Restschuld von 120 000 Franken aus zwei Darlehen, die vor mehr als 15 Jahren gewährt wurden, soll es den Betreibern der historischen Bahn erleichtern, dringende nötige Investitionen im Hinblick auf die Konzessionserneuerung zu tätigen.

Ab Interlaken mit dem TGV noch schneller in Paris

Die direkte TGV-Verbindung zwischen Interlaken und Paris findet offensichtlich Anklang. Seit der Einführung der Direktverbindung haben 29 000 Personen das Angebot genutzt, schreibt der «Berner Oberländer». Touristiker und Hoteliers in Interlaken seien von diesem Bahnangebot begeistert. Mit der neuen Streckenführung über Basel statt wie bisher über Neuenburg hat sich die Fahrzeit seit dem Fahrplanwechsel von Mitte Dezember um 15 Minuten verkürzt. Mittelfristig soll die Reisezeit um weitere 20 Minuten verkürzt werden.

Bergbahnen Gstaad legen Aktionsplan vor



ZVG

Die Gstaader Bergbahnen wollen die Zukunft attraktiv gestalten und auf ein stabiles tragfähiges Fundament stellen. Zu diesem Zweck wird der Verwaltungsrat der Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG AG) den Gemeinden im Januar einen Massnahmenkatalog vorstellen. Das Hauptaugenmerk liegt darauf, die nötigen Investitionen und Sanierungsmassnahmen für die nächsten fünf Jahre so zu planen, dass die BDG AG auf sicheren Beinen stehen kann, teilt der Verwaltungsrat mit. dst

Grünes Licht für Resort

Das Ferienresort in Oberried am Brienzersee kann gebaut werden. Der Regierungstatthalter gab dazu grünes Licht.

Der Oberried Projekte AG hat der Regierungstatthalter von Interlaken-Oberhasli die Bewilligung für die Realisierung eines Resorts «Brienzersee» auf dem sogenannten Hamburger-Areal in Oberried erteilt. Das geplante Resort besteht aus 17 Gebäuden mit qualifiziert touristisch bewirtschafteten Appartements, einem Réceptionsgebäude mit Hotel-

zimmern und Verkaufsläden und zwei Autoeinstellhallen (siehe htr vom 17.10.2013). Gegen das Bauvorhaben waren zwei Einsprachen eingereicht worden. Diese wurden abgewiesen, und die Einspracher verzichteten darauf, gegen den Bauteilscheid eine Beschwerde einzureichen, so das Regierungstatthalteramt Interlaken-Oberhasli. Die Baubewilligung sei somit rechtskräftig, und einem Start der Bauarbeiten stehe nichts mehr im Weg.

Sobald die Baubewilligung rechtskräftig sei, soll mit den Abbrucharbeiten auf dem Gelände der Pyrotechnik-Unternehmung Hamburger begonnen werden,

hatte Guido van Hoogdalem im Oktober erklärt. Van Hoogdalem ist Inhaber der First Projektmanagement AG, welche zu 50% am Projekt in Oberried beteiligt ist. Laufe alles nach Plan, könne frühestens Ende 2016 mit der Fertigstellung des Resorts gerechnet werden. Insgesamt sollen mit dem Resort jährlich 150 000 Übernachtungen geniert werden. Die Nettoinvestitionen werden auf 100 Mio. Franken beziffert, finanziert durch den Verkauf der Appartements. An einer Vermietung der Ferienwohnungen ist grundsätzlich auch die Reka interessiert, allerdings ohne eine exklusive Rolle zu spielen. dst

Erneut besuchten über 800 000 Personen das Jungfrauojoch

Die intensive Bearbeitung der asiatischen und Übersee-Märkte zahlt sich aus.

Zum zweiten Mal in Folge führen im Jahr 2013 mehr als 800 000 Gäste aufs Jungfrauojoch. Der Ausflugsverkehr habe weiterhin von den Aktivitäten des Jubiläumsjahres 2012 profitiert, teilt die Jungfrau Holding AG mit. Trotz weniger Aktionen und Promotionen liege die Besucherzahl mit 823 000 nur um 1,2% hinter dem Jubiläumsjahr zurück. Ausschlaggebend für die weiterhin hohen Besucherzahlen sei insbesondere das Übersee-geschäft gewesen. Es hätte sich ausgezahlt, dass das Unternehmen

die asiatischen Märkte intensiv bearbeitete und die Marke Jungfrauojoch – Top of Europe stärken konnte.

Laut Medienmitteilung haben auch die anderen Bahnen der Jungfrau Holding-Gruppe Frequenzen über dem Vorjahr erzielt. Die Harderbahn verzeichnete erneut einen Passagierrekord und erreichte ein Plus von 17,8%. Die Firstbahn beförderte 0,5% mehr Gäste als 2012. Die Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren erzielte einen Anstieg der Passagierzahlen von 6,4%. dst

Viel Glück in Klosters



Leonardo Rios vom Hotel Chesa Grischna (l.), mit dem Gewinnerschwein und mit Trainer Thomas Kessler.

Bilder: Andrea Bossert, Klosterser Zeitung/zvg

Am ersten Tag im Jahr 2014 rannten zehn junge Schweine am traditionellen «Hotschrennen» auf dem Bahnhofplatz in Klosters um die Wette. Angefeuert wurden die Schweinchen von den rund 2000 Besuchern.

Das «Hotschrennen», ein Rennen von jungen Schweinen, hat sich zu einer beliebten Neujahrstradition in Klosters entwickelt. Auch an der diesjährigen, neunten Ausgabe galt es herauszufinden, welches der zehn Schweinchen am schnellsten das Ziel erreichen würde – rund 2000 Zuschauerinnen und Zuschauer hatten sich dafür im Dorf versammelt.

Nach dem Apéro mit Spezialitäten von lokalen Produzenten und Gewerbe, offeriert von der Gemeinde und der Destination



Tourismuskordinator Martin Renner (r.) im Interview mit Andy Marugg.

Davos Kloster, startete das «Hotschrennen» mit dem Trainingslauf, gefolgt von vier Vorunden und dem grossen Finale. In Wettbüros konnte das Publikum jeweils auf den Sieger der Rennen setzen. Jedes Schweinchen wurde von einem lokalen Unternehmen gesponsert.

Das diesjährige Siegerschwein gehört dem Hotel Chesa Grischna – Gastgeber Leonardo Rios konnte den Wanderpreis, eine Kuhglocke, an der Siegerehrung entgegennehmen.

Neue operative Leitung von Swiss Sales Conferences

Reto Schlumpf (Bild) hat als COO die operative Leitung von Swiss Sales Conferences übernommen. Oliver Stoldt, Inhaber von



zvg

Swiss Sales Conferences, einem Unternehmen der Premium Management Group Holding, zog sich aus der operativen Leitung zurück. Er zeigt sich für die Weiterentwicklung und Internationalisierung der Unternehmensgruppe verantwortlich. Reto Schlumpf war bisher seit mehr als vier Jahren Verkaufsleiter von Swiss Sales Conferences.

Basel Tourismus verstärkt Bereich Sales Leisure

Natascha Martin (34) ist neu Teamleiterin Sales Leisure bei Basel Tourismus. Sie besitzt einen Masterabschluss in Geografie mit



zvg

Ausrichtung Tourismus und hat einige Jahre bei verschiedenen Reiseveranstaltern, unter anderem bei der MSC Kreuzfahrten AG und bei der TransOcean Kreuzfahrten GmbH, gearbeitet. Dass die Tourismusorganisation diesen Bereich personell verstärkt, deckt sich mit der strategischen Ausrichtung, teilt Basel Tourismus mit.

Schweizer Pärke unter neuer Führung

Christian Stauffer (links) führt neu die Geschäfte des Netzwerks Schweizer Pärke. Er übernimmt



zvg

das Amt von Andreas Weissen (rechts), den es nach fünf Jahren Aufbauarbeit in Bern zurück ins

Sesselrücken

Wallis zieht, wo er seit Jahren verschiedene kulturelle Projekte wie die Binner Kulturbühne und das Multimediafestival BergBuchBrig betreut und als Sagenerezhälter regelmässig auf der Bühne steht. Der Biologe Christian Stauffer war bisher Geschäftsführer des Wildnisparks Zürich Sihlwald.

Rätisches Museum erhält neue Direktorin



zvg

Andrea Kauer Loens (37, Bild) wird ab Mai 2014 Direktorin des Rätischen Museums in Chur. Sie wird Nachfolgerin von Jürg Simonetti, der das Museum zwölf Jahre lang geleitet hat und im Frühling 2014 in den vorzeitigen Ruhestand tritt. Andrea Kauer Loens hat an der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich Germanistik und Geschichte studiert. Sie arbeitet seit 2007 im Rätischen Museum. Als wissenschaftliche Mitarbeiterin hatte sie die Projektleitung zahlreicher Sonderausstellungen und Begleitveranstaltungen sowie die Leitung der Sammlung des Rätischen Museums inne. Seit 2009 ist sie stellvertretende Museumsleiterin.

Tourismusrat Graubünden ist gewählt

Die Bündner Regierung hat den Tourismusrat Graubünden ernannt. Für die Wahlperiode vom 1. Januar 2014 bis 31. Dezember



zvg

2017 besteht er aus folgenden Persönlichkeiten: Präsident Ernst A. Brugger (Bild), Martin Candrian, Marcel Frlberg, Jeannine Pilloud, Jürg Schmid, Hansjörg Trachsel und Alois Zwinggi. Die einmalige Wiederwahl ist möglich. Der Tourismusrat tagt in der Regel vier Mal pro Jahr und informiert regelmässig über seine Aktivitäten. Mit der Einberufung des Tourismusrates Graubünden startet das neue Tourismusprogramm 2014-2021.



Diese Mitarbeitende von Zürich Tourismus hatten sich Spass am 51. Lichterschwimmen (v.l.): Claudia Premoli, Reto Klee, Katharina Hurschler, Giuseppe Giusto, Julia Schmidt, Karin Chater, Angela Meier, Ursina Heim und Tanja Dürr.

Leuchtender Dank in Zürich

Zum 51. Mal hat sich Zürich Tourismus mit einem besinnlichen Lichterspektakel bei der lokalen Bevölkerung für die Gastfreundschaft gegenüber Touristen aus aller Welt bedankt. Am traditionellen Lichterschwimmen wurden pünktlich vor den Festtagen um die 800 Kerzenschiffchen von der Rathausbrücke flussabwärts auf die Reise geschickt. Alle rund 500 Besucher konnten sich am Weinplatz beim Hotel Storch mit Punsch und Züri-Tirgöl, offeriert von Zürich Tourismus, stärken. Ein Kinderchor mit rund 30

Kindern der Pfadi «Vis-à-Vis» aus Gossau, Grüningen und Mönchaltorf sorgte dabei für den entsprechenden musikalischen Rahmen.

Die Lichterschiffchen wurden beim Stadthausquai von den Schülerinnen und Schülern des Schulhauses Balgrist, welche die Leuchten jedes Jahr selbst basteln, auf die Reise bis zum Wehr am Letten geschickt. Dort nahmen Mitarbeitende der Elektrizitätswerke Zürich (EWZ) die Leuchten in Empfang und entsorgten sie fachgerecht.

Wenn

DER GAST

ein Restaurant weiterempfiehlt, dann

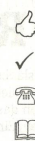
IST

der Wirt

KÖNIG



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



- Automatische Weiterempfehlungen
- Über 30 Medien- und Tourismus-Partner
- Reservationsannahme per Telefon
- Gäste-Feedbacks

JETZT kostenlos 3 Monate testen:

www.foratable.info/mehrgaeste

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



forAtable

Dandy de danse et donjon

Directeur atypique du Château de Chillon, encore pendant dix mois. Jean-Pierre Pastori fourmille de projets sérieux et insolites. Parcours d'un compteur d'icônes.

ALEXANDRE CALDARA

Ni médiéviste, ni professionnel du tourisme. «Juste un journaliste généraliste, un peu polyvalent», confesse Jean-Pierre Pastori. Il dirigera le Château de Chillon encore pendant dix mois avant de prendre sa retraite. A priori rien ne prédestinait cet homme de mouvement, critique et historien reconnu de la danse, à devenir en 2008 président d'une icône statique du tourisme. «Il y a dix ans, je ne m'imaginai pas du tout venir travailler dans un tel cadre chaque jour. Ma satisfaction dépasse mes espérances, grâce à d'excellentes équipes dans tous les secteurs.» A Chillon, il travaille main dans la pierre avec une élégante vieille dame de 900 ans. Mais depuis 2012, il préside aux portés du Ballet Béjart de Lausanne: «Une troupe composée de danseurs dans la force de leur jeunesse, une carte de visite pour Lausanne dans le monde entier.» Le patrimoine matériel de Chillon, le patrimoine immatériel de l'œuvre de Maurice Béjart: Jean-Pierre Pastori veille sur deux icônes.

Quand il prend la première fois contact avec le président de la fondation Claude Ruey, il veut s'assurer que la tâche du directeur se concentrera sur les stratégies et les projets importants. Il souligne aussi que la sélection pour le poste et les séries de tests de l'Etat de Vaud menés par un bureau de conseil étaient particulièrement relevés. Il souligne l'indispensable dynamisme, la force de propositions de la fondation et de son président.

L'éclairage du château «en demi-teinte romantique»

Même s'il avait dirigé pendant neuf ans, la télévision régionale TVRL, avec des implications financières, il n'était pas directeur commercial: «Ils ont pris un risque, chacun semble content.» La manière dont Jean-Pierre Pastori dirige Chillon ressemble au nouvel éclairage inauguré au printemps 2013: «Ne pas le braquer sous les projecteurs, pas l'écraser sous des lumières, au contraire préserver une demi-teinte romantique et passer des kilomètres de câbles sans percer les murs.» Car évidemment la mission première au Château est de conserver, restaurer le bâtiment. Chillon reste un chantier permanent. La tour de l'entrée vient de se dévaliser de six mois d'échafaudages. Le prochain concerne les façades du lac pour près de 2 millions de francs.

De l'illusion divertissante à du Dostoïevski dans le texte

Mais Jean-Pierre Pastori tient aussi à faire vivre cette forteresse qui se visite librement depuis cent ans. Là le directeur ne veut pas renoncer à la légèreté, comme avec cet illusionniste canadien enchaîné dans les souterrains: «Il s'est libéré de ses chaînes en cinq minutes. C'est marrant et cela permet de véhiculer l'image du château autrement.» A l'inverse, passionné par les écrits des intellectuels sur ce «fief de la rêverie romantique», il dirige et commande trois livres, l'un à une docteure en littérature de l'Université de Moscou plan-



Jean-Pierre Pastori ne reste jamais loin du monde de la culture.

chant notamment sur Dostoïevski, autre fêru du sous-sol en carnets. Il a aussi tenu à augmenter le nombre d'expositions en en proposant deux à trois par année sur des thèmes comme la sorcel-

«Il y a dix ans je ne m'imaginai pas du tout venir travailler dans un tel cadre.»

Jean-Pierre Pastori
Directeur du Château de Chillon

Jean-Pierre Pastori dit simplement «des portraits détournés par un talent de la peinture d'aujourd'hui». Sur le site de l'artiste on découvre un Charles-Ferdinand Ramuz saisissant. Un noir et blanc énigmatique et sinueux.

Jean-Pierre Pastori aime passer d'un sujet à l'autre: «Ici je suis

sans cesse aux prises avec toutes les dimensions». Alors tous azimuts il évoque: «Nous avons sécurisé et amélioré l'accueil, fortement augmenté la détection incendie, refait des endroits déli-

cats du parcours de visite. Même si on reste dans un château fort... Rendu l'identification des visiteurs plus forte et localisé des pick-pockets avec les caméras de surveillance.» Il tient à parler du «Clos de Chillon», un Chasselas désormais vinifié au château et devenu Grand Cru. «Avec l'œnologue Daniel Dufaux nous avons amélioré sa qualité, étendu diffusion et distribution.» Il conclut ainsi: «Le journalisme conduit à tout, à condition d'en sortir.»

**Un record en 2013
Toujours plus de visiteurs**

Des chiffres impressionnants. En 2013, le Château de Chillon a accueilli 348 647 visiteurs, soit 8000 visiteurs de plus que lors de l'exercice précédent qui était le meilleur des vingt dernières années. Le budget total de l'institution se monte à cinq millions pour 250 000 francs de subventions cantonales régulières.

A titre d'exemple quelques ressources propres du château pour 2013 (jusqu'au 8 décembre): les entrées occasionnent 2720 000 francs; la vente du vin 233 000 francs, la location d'audio guides 174 000 francs et la location de salle de banquets 33 000 francs. aca

Nécrologie

Franz Dietrich s'en est allé le jour de Noël



Franz Dietrich est décédé le 25 décembre 2013, à l'âge de 85 ans. Ce visage marquant du tourisme suisse a consacré 30 ans de sa carrière, de 1961 à 1991, à l'Association suisse des hôteliers, dont la fonction de directeur assumée de 1973 à 1989. Il s'est particulièrement investi dans la formation continue. Actif sur la scène politique notamment en tant que conseiller national PDC de 1987 à 1991, Franz Dietrich a attendu l'heure de la retraite pour avoir «son» hôtel, l'Hôtel Allegro Bern, dont il fut le président. lb

Lire aussi l'hommage en page 2

En bref

Vaud

L'année de tous les records pour Montreux Noël

L'édition 2013 de Montreux Noël a battu un nouveau record avec près de 500 000 visiteurs et des pics à 80 000 personnes les week-ends, lit-on dans 24 heures. Selon le directeur Yves Cornaro, la météo très clémente explique le succès remporté par la manifestation et ses 151 échoppes. Un résultat qui conforte aussi l'évolution des deux-trois dernières années, «en constante progression», relève le directeur. lb

Un casting pour enfants dans un palace

Le Fairmont Montreux Palace va accueillir les 100 enfants sélectionnés pour le plus grand casting en Europe. Il s'agit de la sixième édition du Babybook Kids Fashion Magazine qui se déroulera le 18 janvier dans les salons du palace. Des familles issues de Suisse romande et allemande, de Belgique, de France, du Luxembourg et d'Allemagne. Le jury est présidé par le galeriste Emmanuel de Brantes. Les présélections se sont déroulées à l'automne 2013 au BernExpo et Palexpo Genève réunissant près de 2000 enfants entre 2 et 12 ans. aca

Finance mondiale vue de Neuchâtel

Le directeur de l'Hôtel Beau-Rivage devient le premier Suisse à intégrer le comité exécutif de Relais & Châteaux International. Le nouveau trésorier tentera de défendre un point de vue helvétique.

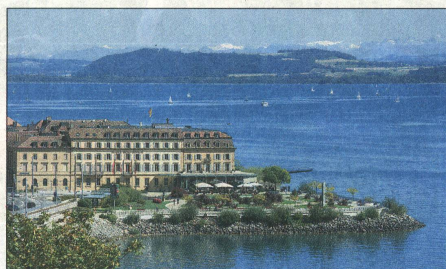
ALEXANDRE CALDARA

Depuis peu Thomas Maechler, propriétaire et maître de maison de l'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel, est devenu le premier Suisse à intégrer le comité exécutif de Relais & Châteaux International.

nal. Depuis si peu que cela le pousse à dire: «Oui c'est très frais, nous rentrerons dans les choses sérieuses en février. En tout cas, c'est un plaisir et un honneur de rejoindre pour 4 ans les hautes instances d'une association où tous les rouages semblent bien rodés.» Philippe Vuillemin, président de la délégation Suisse & Lichtenstein, reste membre du conseil d'administration international.

Thomas Maechler espère pouvoir véhiculer au plus haut niveau les idées des hôteliers et restaurateurs suisses: «Même si chaque pays, chaque continent, essaie de défendre son point de vue dans cette grande structure.» Selon lui, le plus important pour les pro-

fessionnels helvétiques serait de pouvoir conserver la clientèle suisse dans son pays: «Beaucoup de nos concitoyens sont très attirés par les offres des Relais & Châteaux des pays limitrophes, comme la France. A nous de développer des forfaits et des produits qui nous permettent de garantir notre attractivité, malgré la réalité du taux de change.» Le trésorier tentera d'insuffler des impulsions, de comprendre sans se substituer au directeur professionnel des finances. Il participera aux séances du conseil d'administration entre six à sept fois par année, principalement au siège à Paris et dans d'autres pays européens. Il se réjouit du dynamisme



L'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel par l'entremise de Thomas Maechler accède aux hautes instances de Relais & Châteaux. lb

du nouveau président international Philippe Gombert et salue les qualités de rassembleur de son prédécesseur Jaume Tapies.

Le Beau-Rivage de Neuchâtel a intégré Relais & Châteaux en décembre 2011. Pour Thomas Maechler les effets de cette affiliation se sont surtout ressentis la

première année: «Nous figurions partout en première page, les clients voulaient venir tester ce nouveau membre. La ferveur a un peu baissé l'an dernier.» Il relève la qualité de cette clientèle: «Une grande curiosité et un réel intérêt pour l'ensemble de nos métiers et un beau pouvoir d'achat.»

Trois crédits pour le projet de pôle muséal

2014 sera décisive pour le pôle muséal de Lausanne, qui pourrait voir le jour en 2020 sur le site de l'ancienne halle aux locomotives. Le Conseil d'Etat a adopté et transmis au Grand Conseil un paquet de mesures pour les trois musées, le Musée des beaux-arts (mcb-a), le Mudac et le Musée de l'Elysée. Les trois décrets concernent: un crédit de 30,63 millions pour la construction du mcb-a; 12,95 millions de francs pour les études de la phase 2 du pôle muséal, y compris les concours d'architecture du Mudac et du musée de l'Elysée et 400 000 francs pour un crédit d'étude pour l'avenir du Palais de Rumine. Le budget global est devisé à plus de 180 millions de francs. lb

En bref

Fribourg

Le télémixte de la Berra accueille ses premiers skieurs



Le nouveau télémixte de La Berra a été inauguré le 21 décembre. Cette remontée mécanique, qui alterne télésièges et télécabines, remplace trois installations et permet de relier le sommet en 8 minutes. Il fonctionnera en hiver comme en été, une nouveauté pour la station fribourgeoise. lb

Les sinuosités du vert

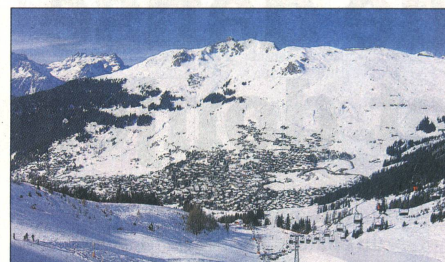
Les stations alpines romandes ont placé l'écomobilité dans leur stratégie. Sa mise en pratique ne s'avère pas aisée. Aiguillonnés par le test de l'ATE, des responsables touristiques s'expliquent.

MIROSLAW HALABA

L'écomobilité est assurément un sujet d'actualité qui figure dans le programme de développement de notre station. Pour Joël Sciboz, directeur de Verbier Tourisme, comme pour ses homologues des autres stations alpines romandes, l'écomobilité est ancrée dans leurs préoccupations. Le classement publié par l'Association transports et environnement (ATE) est d'ailleurs venu leur rappeler que leurs efforts pour sa mise en pratique sont suivis de près. Le fait qu'à l'exception de Verbier (5e sur 13), les stations romandes apparaissent en deuxième partie de ce hit-parade incite à s'interroger sur la place réelle de la mobilité durable.

Qu'on se rassure. Les exemples recueillis montrent qu'elle n'est pas un vain mot. Ainsi à Champéry, Eric Liechti, le directeur de l'office du tourisme explique: «Vu le succès rencontré en 2012, nous avons doublé le bus navette qui amène en été les randonneurs sur le plateau de Barne et nous avons mis en place, cet hiver, un service de bus gratuits pour amener les gens au centre du village.» Après une année de tests, la rue principale du village est désormais piétonne durant le week-end.

A Nendaz, 8e au classement, beaucoup a été fait dans le domaine de l'écomobilité et Sébastien Epiney, le directeur de l'office du tourisme, promet de le



Verbier première station romande en termes d'écomobilité. ldd

communiquer davantage. «Elle fait partie de la stratégie de développement de la station», dit-il. Et de citer parmi les réalisations les bus navettes gratuits (en quatre ans, leur nombre a passé de deux à six), le funiculaire dans le complexe Mer de Glace, des chemins piétons. «L'étape suivante sera de créer un véritable cœur de station convivial, où le piéton aura la priorité sur la voiture», ajoute-t-il.

Dans les Préalpes fribourgeoises, les stations ont lancé cette année, en partenariat avec les Transports publics fribourgeois, la campagne «Ride & Snow». «Sur présentation de leur billet de bus, les gens peuvent profiter d'un rabais de 30% sur le forfait de ski journalier», indique Antoine Micheloud, directeur des Remontées mécaniques de Moléson.

La situation géographique et les conditions d'accès en question

A Villars, le développement durable et l'écomobilité sont en bonne place. Certifiée ISO 14001, la station a créé un label Eco Partenaires qui reconnaît les prestataires sensibles à l'environnement. Et ce n'est pas tout. «Nous sommes les premiers en Suisse à avoir obtenu, le label Flocon Vert», déclare Serge Beslin, le directeur de l'office du tourisme. Cette certification française se base sur 31 critères répartis en 8 thématiques qui vont des transports à la gouvernance de la station, en passant par la gestion des déchets. Même si elle est souhaitée, l'écomobilité se heurte toutefois à certains facteurs de poids. Et Gerhard Tubandt, porte-parole de l'ATE, de citer notamment la situation géographique et les conditions d'accès. Les Diable-

rets, dernier au classement de l'ATE, en savent quelque chose. «Le train qui conduit à la station est connu pour avoir le moins de passagers au kilomètre», note Myriam Pichard, directrice de l'office du tourisme. La raison principale: la durée du trajet. Il est question de la réduire. «Le problème est entre les mains des transports publics», ajoute Myriam Pichard. Le concept Alpes vaudoises 2020 apportera-t-il

une amélioration? Elle l'espère fermement.

Des solutions peu pratiques ou trop lentes

Un problème analogue se pose à Moléson. Qu'ils partent de Fribourg ou de Palézieux, les passagers doivent changer deux fois de train pour atteindre la station. «Le potentiel de clients est là, mais qui veut faire ces changements avec skis et bagages pour 30 kilomètres?», se demande Antoine Micheloud. Réaliste, Serge Beslin voit aussi le problème: «Nous incitons les gens à prendre le train à Bex, mais celui-ci met plus de temps pour monter que la voiture. Aussi, tant qu'il n'y aura pas de solution très performante, ils privilégieront la voiture.» Il s'avère finalement aussi que l'écomobilité est onéreuse. Gerhard Tubandt, de l'ATE, en dit rien d'autre lorsqu'il déclare: «En tête de notre classement figurent les stations qui ont de l'argent, les petites ont tendance à investir dans des besoins plus indispensables.»

Serge Beslin ne le contredira pas: «J'aimerais bien offrir tous les soirs à nos hôtes le service de navettes jusqu'à minuit, mais cela entraîne des coûts importants et freine notre ardeur.»

Ecologie De nouveaux comportements des clients de l'hiver et de l'innovation

Le tourisme alpin en Suisse reste dominé par les transports privés motorisés. Pour Helmut Schäd, spécialiste de la question des transports à la Haute Ecole de Lucerne: «Ce constat repose sur plusieurs facteurs et il est difficile d'établir des prévisions pour l'avenir. Mais ce qui devrait subsister: c'est que pour les familles de skieurs le coût du transport sera toujours prioritaire par rapport aux considérations écologiques.»

Une des autres raisons invoquées par les utilisateurs de l'automobile est le confort offert pour le transport du matériel de ski. Mais tout cela pourrait évoluer avec les nouveaux comportements des amateurs de sports d'hiver qui passent de plus en plus par la location de matériel. Pour Noëlle Pettidmange, porte-parole de l'ATE: «Sans le matériel de ski, les transports en commun

offrent un meilleur confort que la voiture.» Loèche-les-Bains en offre un exemple, cette station est la troisième destination après Zermatt et Saint-Moritz pour les hôtes russes dans les stations alpines pendant les mois d'hiver: «La majorité d'entre eux volent vers Zurich ou Genève, puis empruntent les transports publics. Ils louent le matériel sur place», explique Richard Hug, directeur de l'Office du tourisme.

Mais selon l'ATE un potentiel d'améliorations à court terme semble possible dans le domaine du transport de bagages et de la communication des nouvelles offres.

Les CFF et l'ensemble des acteurs de ce marché planchent sur une optimisation du service provisoire porte à porte. axg/aca

Voir le dossier complet consacré à ce sujet, pages 11 à 13.

ANNONCE

3^e édition

26-28 janvier 2014

Palexpo - Genève, Suisse

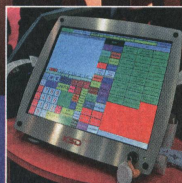
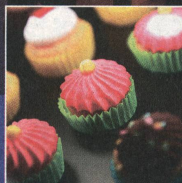
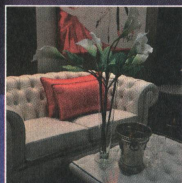
Besoin d'idées nouvelles ?

Visitez Sirha Genève, l'événement hôtellerie et restauration de la région franco-suisse

- **Une offre complète de 200 exposants :** toutes les dernières solutions produits, équipements et services.
- **Pleins feux sur l'hôtellerie :** des propositions innovantes pour répondre aux nouvelles attentes de vos clients.
- **Les animations et démonstrations** de l'espace « Hôtels ! Pôle conseil ».
- **Des concours prestigieux** pour découvrir en direct les tendances de la gastronomie.



Trophée
Chef & Designer
2014



Pré-enregistrez-vous avec le code invitation **PAB**
et préparez votre visite sur **www.sirha-geneve.com**

En partenariat avec
palexpo

www.sirha-geneve.com



<https://www.facebook.com/SirhaGeneve>



Un événement



Le rendez-vous mondial
restauration & hôtellerie



Pour annoncer les événements liés au 1500e anniversaire, des visuels comme celui-ci seront projetés sur la falaise située juste derrière le collège de St-Maurice.

Abbaye en habit de fête

Officiellement, c'est en 2015 que l'Abbaye de St-Maurice fêtera les 1500 ans de sa fondation. Mais, déjà, tout se met en place pour que ce jubilé revête un faste particulier.

CLAUDE JENNY

Quinze siècles de fidélité à la mémoire de St-Maurice et de ses compagnons martyrs, ça se fête! «Au compte du temps qui passe», écrit joliment le chanoine Joseph Roduit, abbé du territoire abbatial de St-Maurice. «Il y aura 547 875 jours le 22 septembre 2015 que notre Abbaye n'a jamais fermé ses portes». Un point d'ancrage du message chrétien qui fait de St-Maurice d'Agaune le plus ancien

monastère d'Occident toujours en activité. «Le jubilé proposera des actions qui rappellent l'héritage du passé, incitent à la réflexion sur le temps présent et dessinent des projets futurs. Il doit interpeller toutes personnes de bonne volonté, croyante ou en recherche» est-il écrit dans la charte du 1500e.

Événements dès le 22 septembre

Cette «année jubilaire» s'ouvrira le 22 septembre 2014 – jour de la fête patronale de St-Maurice – et connaîtra son apothéose et sa clôture un an plus tard, le 22 septembre 2015. Une multitude d'événements viendront marquer cet intervalle, et même avant. Impossible de les énumérer ici tant ils sont nombreux, mais ils s'inscrivent tous «dans un souci de



«Plusieurs chantiers ont été menés de front pour s'ouvrir au monde.»

Jean-Jacques Rey-Bellet
co-président Comité d'organisation

fidélité, de durabilité, attesté par l'engagement ininterrompu de la communauté des chanoines sur le plan pastoral et de l'enseignement», insiste Jean-Jacques Rey-Bellet, ancien conseiller d'Etat valaisain, à l'œuvre bénévolement depuis de nombreux mois pour piloter ce jubilé. «En fait, ce sont plusieurs chantiers qui ont été menés de front dans le but de s'ouvrir au monde et au public, explique-t-il, avec la mise en valeur du site archéologique du Martolet, la nouvelle présentation muséographique du Trésor de l'Abbaye et la réorganisation des archives historiques».

Autant d'attractions sur lesquelles viendront se greffer toute la palette des manifestations du 1500e qui relèvent d'un souci d'élévation culturelle: publica-

tions d'ouvrages historiques, création musicale, chemin spirituel, vidéo, spectacle de rue, etc. Le «bouquet du jubilé» est on ne peut plus somptueux et de nombreuses grandes et petites mains s'emploient à le faire fleurir de la plus belle des manières.

Pour qui? Un vaste parterre de religieux et d'officiels qui vont prendre le chemin de St-Maurice et faire de la cité d'Agaune un carrefour de grands rendez-vous. Mais pas seulement!

De multiples associations ou groupes de croyants vont faire de

Le pape se laisse désirer

Le sujet qui alimente les conversations à St-Maurice et titille les organisateurs est évidemment la possible venue du pape François. «Nous attendons une réponse pour février», commente Jean-Jacques Rey-Bellet, espérant évidemment qu'elle sera positive. Auquel cas il suppose une visite déjà cette année. Peut-être le 22 septembre...

Une invitation en bonne et due forme a été remise au Saint-Père pour le convier à effectuer à Saint-Maurice une visite dite pastorale. La petite distance aidant, le pape pourrait souscrire à

l'une de ces visites-éclair qu'il affectionne. Le hic, c'est que la Suisse – via son patron de la diplomatie et président de la Confédération cette année – a déposé de son côté une autre invitation dite officielle. Ce qui transformerait la venue du pape François en visite d'Etat et le soumettrait à d'autres obligations, dont notamment un passage quasi inévitable à Berne. Du coup, l'agenda papal s'en trouverait plus chargé. Le Saint-Père y souscrira-t-il? Suppense.

Autre événement, acquis celui-ci: la présentation de 30 pièces du Trésor de l'Abbaye durant

St-Maurice le but d'une visite ou d'un pèlerinage. «Nous attendons beaucoup de monde, mais nous ne pouvons pas estimer en l'état l'impact qu'auront ces festivités», indique Jean-Jacques Rey-Bellet. Le fait est qu'ils seront nombreux, ne serait-ce que parce que le Collège de St-Maurice compte tant de grands et de petits «ambassadeurs» éparpillés aux quatre coins de la Suisse et du monde. Par ailleurs, l'Unesco a récemment reconnu le jubilé de l'Abbaye au nombre des événements culturels 2014-2015, donnant une amplitude considérable à l'événement.

Mise en place d'une offre d'hébergement sur le Valais et Vaud

Directeur de l'Office du tourisme, Bertrand Bitz travaille avec une commission ad hoc sur le volet touristique de l'événement. Un flyer a déjà été envoyé aux tours-opérateurs et diverses propositions d'arrangements et de visites seront proposées d'ici quelques semaines sur le site du jubilé. Les possibilités d'hébergement à St-Maurice sont très limitées, avec un seul hôtel et l'hôtellerie francisane. «Nous allons nous concerter avec les offices du tourisme des régions voisines pour mettre en place une offre d'hébergement dans un périmètre régional à cheval sur le Valais et Vaud», explique Bertrand Bitz.

C'est dire que le jubilé profitera au-delà du tunnel de St-Maurice. Et de sa paroi qui domine la cité et sur laquelle est projetée, chaque matin et soir, une affiche lumineuse vantant un événement spécial grâce à dix projecteurs. Une trouvaille unique en Suisse qui a été présentée lundi à tous les partenaires concernés et s'avère être un joli coup promotionnel.

trois mois à compter du 1er mars prochain au Musée du Louvre à Paris. Ainsi que, durant 48 heures, à Notre-Dame de Paris. Du jamais vu et l'assurance d'une audience énorme.

Au nombre des cérémonies liturgiques majeures qui marqueront ce jubilé figure évidemment en «prime time» la retransmission en Eurovision, le 24 décembre prochain, de la messe de minuit. Une vitrine promotionnelle sur écran géant puisque ce sont 100 millions de téléspectateurs qui vivront cet événement.

www.abbaye1500.ch

De l'art autour du dinosaure

Porrentruy veut devenir la ville des Dinosaures. Elle lance un concours artistique afin de confirmer ce nouveau positionnement touristique.

«Une œuvre artistique monumentale et originale». Lancé dans le cadre d'un projet Enjoy Switzerland, la commune de Porrentruy et Jura Tourisme organisent un concours artistique sur le thème des dinosaures. Le lauréat du concours disposera d'un budget de 100 000 francs pour illustrer ce nouveau positionnement touristique. L'œuvre devra se situer dans le secteur de la gare et de la Place du pré de l'Etang, afin d'y accueillir les visiteurs.

Le comité de pilotage du projet Enjoy Switzerland, soutenu par l'agence spécialisée Steiner-Sarnen, a décidé de valoriser les découvertes paléontologiques et scientifiques réalisées dans la région depuis l'an 2000. L'idée



Le thème des dinosaures représenté dans le giratoire de Porrentruy, une œuvre de J. Chalverat et H. Bénard.

étant de faire de Porrentruy la ville des Dinosaures. «Un nouveau positionnement susceptible, à la fois de satisfaire la clientèle existante et, d'autre part, d'attirer de nouveaux publics cibles», écrit le comité dans un communiqué.

Le programme de ce concours se déroulera sur quatre mois. Le 3 février, une visite sur le périmètre retenu pour recevoir l'œuvre sera organisée. Le délai pour le

dépôt des candidatures est fixé au 1er avril 2014; le lauréat sera désigné d'ici la fin mai. Le jury, issu du monde de l'art, de la culture et du tourisme, sera présidé par Jean-François Roth, président de Suisse Tourisme.

Notons que plusieurs autres projets en lien avec la thématique des dinosaures, aujourd'hui à l'étude, devraient voir le jour en 2014.

Du Musée de Pully au Château de Gruyères

Filipe Dos Santos (photo) reprendra les rênes du château de Gruyères le 1er février. Le nouveau conservateur succède à Raoul



Blanchard qui a donné sa démission en octobre, après 13 ans d'activité. Historien de l'art avec une formation en management de projet, Filipe Dos Santos a participé dès 2009 à la relance du Musée de Pully. Il enseigne depuis 2010 à l'Ecole cantonale d'art du Valais. Au château de Gruyères, «il aura la responsabilité de mettre en œuvre la nouvelle stratégie de valorisation et de communication», annonce le conseil de fondation.

Les gens

Skillifts Rathvel SA reste en mains familiales



Frédéric Sauter (photo) a repris la présidence du conseil d'administration de la petite station veveysanne de Rathvel. Une fonction qui reste dans la famille puisqu'il succède à son beau-père, Alexis Tâche, qui occupait ce poste depuis la création de la société en 1983. «Je resterai au conseil d'administration encore une année au moins pour assurer la transition», confie-t-il à La Liberté. Agé de 43 ans et marié à Christine Tâche depuis 17 ans, Frédéric Sauter est actif dans la station depuis 1990. Il est menuisier et à la tête de sa propre entreprise.

Nouveau président pour relever le défi de Télé-Anzère

Albert Bétrisey (photo) est le nouveau président du conseil d'administration de Télé-Anzère depuis le 1er janvier. Il succède à



Raphy Bétrisey qui aura passé 13 ans au comité dont 8 à la présidence. Selon Le Nouvelliste, Albert Bétrisey reprend le flambeau d'une société en pleine forme, dopée par les récents investissements, mais qui recherche encore 2 millions de francs. Albert Bétrisey est directeur de l'agence valaisanne de «Nationale Suisse assurances» depuis 2002. Il préside également Slow'Up Valais et était député au Grand Conseil valaisain de 1997 à 2009. lb

Très attendu, le SwissTech Convention Center hébergera sa première manifestation le 8 avril. Bêat Kunz évoque les défis de cet espace pouvant accueillir 3000 personnes.

LAETITIA BONGARD

Bêat Kunz, le SwissTech Convention Center sera inauguré le 3 avril, au terme d'un peu plus de trois ans de travaux. Comment s'annonce cette première année d'exploitation?

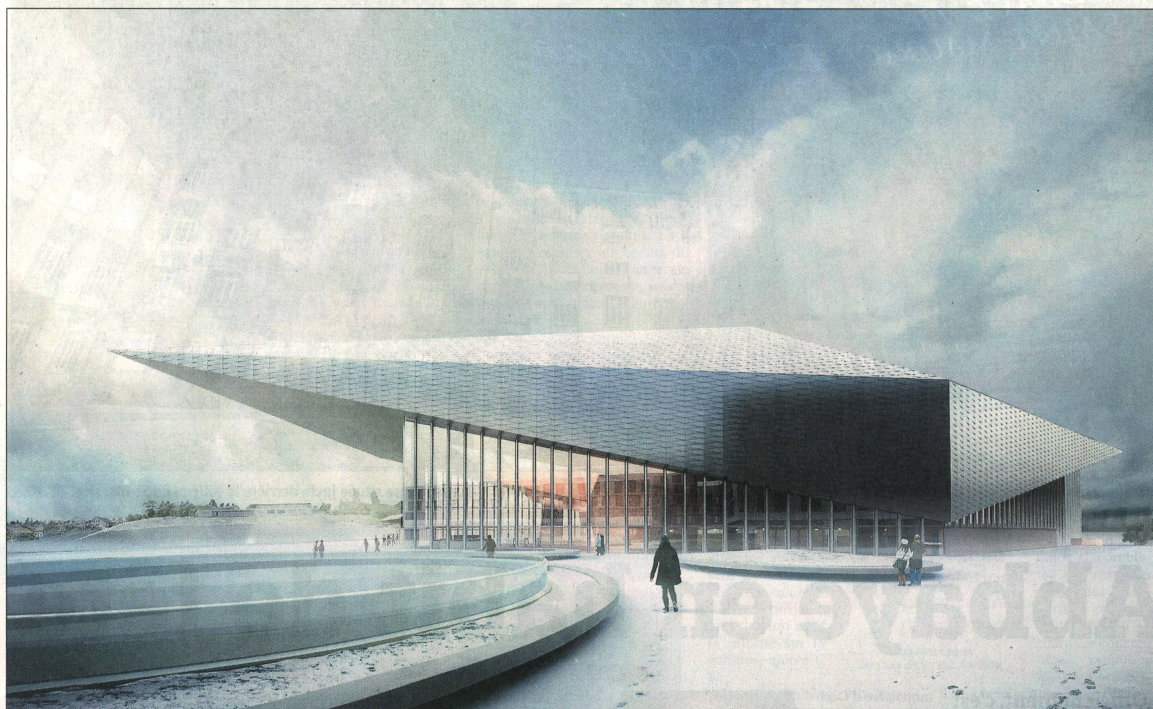
Extrêmement bien, certains mois affichent complet. A ce jour, plus de 70 événements sont confirmés, qui totaliseront quelque 75 000 participants. Ce chiffre évolue de semaines en semaines. Les demandes affluent de Suisse, mais aussi de l'international, suscitant l'intérêt d'opérateurs leaders dans le domaine des congrès scientifiques. Nous espérons atteindre les 70 à 80 manifestations en 2014 et dépasser la centaine dès 2015.

Quelle est la nature de ces événements?

Environ les deux-tiers sont générés par les activités de l'EPFL: des conférences, des congrès, des présentations, des examens, des manifestations internes de l'école. Il faut savoir que le site abrite 350 laboratoires. La première manifestation se déroulera le 8 avril, une conférence scientifique de 1500 personnes. Le corporate business représente également une part importante.

A trois mois de l'ouverture, où en est le chantier?

Nous entrons dans les phases test, au niveau de la ventilation, de l'électricité, des sanitaires puis tout l'équipement technique: l'audio-visuel, les parois de séparation, le système d'escamotage des sièges. Le bâtiment nous sera remis le 28 février. Du 3 au 6 avril, des journées portes



Le chantier du SwissTech Convention Center (ici en image de synthèse) touche à sa fin. Environ deux-tiers des événements seront liés aux activités de l'EPFL.

Images ldd

Aimant à scientifiques

ouvertes seront organisées. Nous attendons entre 10 000 et 12 000 personnes durant ces quatre jours.

Des demandes d'organismes de concerts vous sont parvenues. L'accueil de manifestations culturelles fait-il partie de votre stratégie? Effectivement, nous avons été sollicités, mais cette variante n'est actuellement pas à l'ordre du jour. Plusieurs paramètres liés à cette activité devront le

cas échéant être vérifiés avec les autorités compétentes, en ce qui concerne la protection incendie, la sécurité et l'acoustique, entre autres.

Le SwissTech Convention Center est très attendu sur l'Arc lémanique. Quelle sera sa contribution au tourisme? Doté d'une technologie hors norme, ce centre de congrès est l'un des plus modernes d'Europe. Il doit correspondre à l'image d'excellence de l'EPFL, devenir une référence en Suisse et en Europe dans l'accueil des congrès scientifiques. Au-delà de cette visibilité, ses activités auront des retombées pour l'hébergement, les transports, la restauration, les commerces de la région.

Quels sont vos objectifs à moyen terme? Le centre de congrès doit d'abord servir les activités scientifiques et académiques de l'EPFL et de son voisin l'Université de Lausanne. De notre côté, ce qui compte c'est d'assurer le carnet de commande pour 2015, la typologie des manifestations, le nombre de congressistes.

Mais il est encore trop tôt pour émettre des prévisions précises. La première année d'exploitation servira de repères. Dans un souci de rentabilité, nous allons dans un premier temps sous-traiter un maximum, par exemple le nettoyage, l'audio-visuel, l'agencement des salons, le catering.



«Le SwissTech doit devenir une référence en Suisse et à l'étranger.»

Bêat Kunz
Dir. SwissTech Convention Center

Durant votre carrière, vous avez dirigé MCH Beaulieu Lausanne, Forum Fribourg et Espace Gruyère. En quoi les milieux de la science et de la recherche se distinguent-ils pour le dirigeant que vous êtes?

Un scientifique se préoccupe du contenu de la manifestation, non de la logistique. Nous devons lui offrir un «full package», avec un interlocuteur unique. Cet éventail de prestations est quelque chose de nouveau pour moi.

composé de trois personnes.

Lors d'un précédent entretien avec hotel revue où vous vous exprimiez en qualité de directeur de MCH Beaulieu Lausanne, vous aviez annoncé vouloir miser sur «une concurrence intelligente». Comment ce principe se concrétise-t-il?

Nous avons un vendeur en commun pour le SwissTech Convention Center, Beaulieu Lausanne et le Lausanne Convention Bureau; il est chargé de vendre le produit Lausanne en Suisse et à l'étranger.

Ce qui n'empêche pas une certaine rivalité...

Je ne dis pas qu'il n'y a pas de concurrence, mais je crois à une belle complémentarité avec Beaulieu, plutôt axé salons et foires. Le SwissTech se

concentre sur les congrès scientifiques et le corporate business. Dès 2015, nous voulons travailler à une troisième activité, la mise sur pied de salons et de conférences maison, des événements pointus, destinés aux professionnels, sur des thématiques liées aux pôles de compétences de l'EPFL tels que les sciences de la vie, l'énergie et l'espace.

Parcours Le monde des congrès de la Gruyère à l'EPFL

Depuis mi-mars 2013, Bêat Kunz porte la double casquette de directeur du SwissTech Convention Center et de directeur de la Société du quartier nord de l'EPFL. Economiste de formation, Bêat Kunz bénéficie d'une longue expérience dans le tourisme événementiel et d'affaires. Il a dirigé MCH Beaulieu Lausanne de 2010 à 2013, les centres fribourgeois d'Espace Gruyère et de Forum Fribourg de 2006 à 2010 et le seul site d'Espace Gruyère de 1998 à 2006.

lb



Doté d'une technologie de pointe, le centre de congrès est modulable à souhait. Il peut contenir jusqu'à 3000 places assises.

Projet hôtelier reporté: «Notre mission n'est pas de construire des hôtels, mais des logements pour étudiants!»

L'arrivée du SwissTech Convention Center coïncide avec la création d'un nouvel hôtel, également situé dans le quartier nord de l'EPFL. Le SwissTech Hotel d'une capacité de 66 chambres et de catégorie 2 ou 3 étoiles ouvrira le 10 avril. «Il répond à une demande, certains organisateurs d'événements qui se dérouleront au SwissTech l'ont déjà loué dans sa totalité. Il sera géré par nos soins», annonce Bêat Kunz.

Quant à l'autre projet d'hôtel de 400 à 500 lits qui prendrait place sur un terrain des Transports publics lausannois, à côté du centre de congrès, il semble tombé aux oubliettes. «Ce projet n'est plus du tout d'actualité! Notre mission n'est pas de construire des hôtels, mais des logements pour les étudiants», rectifie le directeur. Alors que ce projet est évoqué dans la brochure promotionnelle du centre de congrès, Bêat Kunz préfère rele-

ver le potentiel existant, les établissements situés à proximité immédiate du SwissTech: le Starling Hotel (154 chambres, 4 étoiles) sur le site de l'EPFL, l'Hôtel des Inventions à Ecublens (49 chambres, 3 étoiles), le Discovery Hotel à Crissier (98 chambres, 3 étoiles sup.) qui ouvrira ses portes en avril. «Cette évolution est extrêmement positive, car Lausanne a besoin de capacités hôtelières supplémentaires», relève le directeur.

lb

Votre mission consiste à positionner ce nouveau centre de congrès sur le marché. De quels moyens disposez-vous pour y parvenir?

Sur un chantier comme celui-ci, vous vous doutez bien que le budget marketing est relativement conséquent, surtout en phase de lancement. Évoquer un chiffre n'aurait pas de sens, il s'agit de plusieurs centaines de milliers de francs, y compris l'inauguration. Notre département marketing et vente est

Micro-cité Un diamant high-tech au sein d'un quartier de 30 000 mètres carrés

Le SwissTech Convention Center peut accueillir jusqu'à 3000 personnes assises. Pour la première fois utilisé dans un centre de congrès, le système Gala permet d'escamoter les sièges et de passer en 15 minutes d'une salle de congrès à une zone d'exposition ou de banquet. Ce centre de congrès à la pointe de la technologie fait partie du nouveau quartier de 30 000 mètres carrés implanté au nord du campus de l'EPFL. Il comprend des loge-

ments pour étudiants, des commerces, des services, des restaurants et un parking souterrain. L'ensemble - qui a coûté 225 millions pour le centre de congrès - est financé par deux fonds immobiliers du Credit Suisse SA. Le projet a été conçu par le bureau d'architectes Richter Dahl Rocha & associés et développé en partenariat public-privé par HRS Real Estate SA, qui le construit en qualité d'entreprise totale.

lb

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

hotelrevue
protel



Die Bahn wird vor allem von jungen Wintersportlern genutzt. Will sie dem Auto Marktanteile abjagen, muss sie insbesondere bei den Familien zulegen.

BL5

Mit der Bahn auf die Piste

Das Auto wird wohl noch lange Zeit den grössten Anteil am alpinen Wintertourismus ausmachen. Doch ist anzunehmen, dass die Bahn den Abstand verringern wird.

ALEX GERTSCHEN

Noch dominiert der motorisierte Privatverkehr den alpinen Wintertourismus. Obwohl es keine verlässlichen Zahlen gibt (vgl. Box), dürften ungefähr vier Fünftel der Distanzen im Auto zurückgelegt werden. Doch gibt es gute Gründe zur Annahme, dass sich dieser Anteil mittel- bis

langfristig zugunsten der Bahn verringern wird.

Helmut Schäd, Verkehrsexperte an der Hochschule Luzern, weist darauf hin, dass in der Schweiz die Zahl der 18- bis 25-Jährigen ohne Auto und Führerschein zunimmt. Laut ihm könnten diese Entwicklung, die sinkende Zahl der Skifahrer und Angebotsverbesserun-

gen im öffentlichen Verkehr (ÖV) zu einem Bedeutungsverlust des Autos im alpinen Wintertourismus führen. «Solche Verschiebungen hängen von vielen Faktoren ab, entsprechend schwierig sind Prognosen. Dennoch dürfte eines gleich bleiben: Bei Skifahrern und Familien wird das Auto auch künftig wesentlich stärker sein als der ÖV», sagt Schäd.

Ski-verleih ist gut für das Geschäft und die Umwelt

Ein wichtiger Grund dafür ist der grössere Komfort, den das Auto beim Gepäcktransport bietet. Im Wintertourismus fällt dies besonders ins Gewicht: Die Ausrüstung für das Skifahren, die

nach wie vor wichtigste Aktivität, stellt sperriges Gepäck dar.

Dieser Nachteil des ÖV wird künftig sowohl durch die fallende Anzahl der Skifahrer als auch durch die steigende Anzahl der gemieteten Skiausrüstungen gelindert werden. «Das Wachstum des Verleihs ist stark und wird zweifelsohne anhalten», sagt Véronique Kanel, die Mediensprecherin Tourismus.

Für Noël Petitemdange, beim Verkehrs-Club der Schweiz (VCS) für eine unlängst zum zweiten Mal durchgeführte Studie über die Qualität des ÖV im alpinen Wintertourismus zuständig (vgl. Tabelle links), stellt die Miete die ökonomisch und ökologisch beste Option dar: «Ohne die Skiausrüstung bietet der öffentliche Verkehr einen besseren Komfort als das Auto», ist sie überzeugt.

Verstärkt wird die Entwicklung hin zur Miete durch die skifahrenden Gäste aus Fernmärkten. «Obwohl ihr Anteil noch relativ gering ist, erwarten wir eine Zunahme», sagt Véronique Kanel. «Der Ski-verleih ist für diese neuen Wintergäste» besonders geeignet. Sie fahren nicht jeden Tag Ski, und die wenigsten von ihnen nehmen ihr eigenes Material mit.

Eine Stärkung der Bahn durch diese Gäste lassen die Verkaufszahlen des Swiss Travel System (STS) zumindest erahnen. Zwar sind sie nicht nach Produkten aufgeschlüsselt (vor allem das Swiss Transfer Ticket würde interessieren). Doch hat STS laut CEO Maurus Lauber 2013 den Umsatzre-



«Wir haben immer mehr russische Gäste, die ihre Skiausrüstung bei uns mieten.»

Richard Hug
Tourismusdirektor Leukerbad

von Schweiz

kord von 68 Mio. Franken aus dem Jahr 2011 deutlich übertroffen.

Ein Beispiel dafür liefert Leukerbad. Der Ferienort beherbergt unter den hiesigen Bergdestinationen laut Tourismusdirektor Richard Hug in den Wintermonaten nach Zermatt und St. Moritz am drittmeisten russische Gäste. «Die meisten von ihnen fliegen nach Zürich oder Genf,

von wo sie mit dem öffentlichen Verkehr anreisen. Die Ausrüstung mieten sie hier vor Ort.» Dieses Reisemuster dürfte zunehmend auch auf ostasiatische und insbesondere chinesische Touristen zutreffen, die im Gegensatz zu Gästen aus Indien und den Golfstaaten ein wachsendes Interesse am Skisport zeigen.

Wachsender Widerstand gegen Ausbau der ÖV-Infrastruktur

Dennoch erklärt sich Richard Hug den relativ hohen Anteil des ÖV im Leukerbader Wintergeschäft, den er aufgrund von Befragungen auf rund 30 Prozent schätzt, mit der Dominanz der einheimischen Gäste. «Schweizer machen drei Viertel unserer Kundschaft aus und haben einfach eine wesentlich grössere Affinität zum ÖV.» Die Eröffnung des Lötschberg-Basistunnels 2008 habe den ÖV-Anteil auf einen Schlag um 10 Prozent anspringen lassen. «Mittlerweile liegen wir noch 6,5 Prozent über dem Wert von 2007», sagt Hug.

Der Verlagerung von der Strasse zum ÖV über den Infrastrukturausbau dürften auf absehbare Zeit aber enge Grenzen gesetzt sein.

Die staatlichen Haushalte sind zunehmend klamm, der allgemeine Widerstand wächst.

Mit Blick auf die in der VCS-Studie bewerteten Bereiche bedeutet dies: Massnahmen zur Verbesserung der ÖV-Anreise und der lokalen Mobilität sind eher kostenintensiv und also schwer umsetzbar. Massnahmen im Bereich der Kommunikation hingegen sind für den erzielten Nutzen relativ günstig und deshalb vordringlich.

«Wir denken, dass das kurzfristige Verbesserungspotenzial beim Gepäckservice und bei der Kommunikation der Angebote am grössten ist», sagt Noël Petitemdange vom VCS. Einerseits befürwortet sie ein flächendeckendes Angebot der SBB für den Gepäcktransport vom Bahnhof am Ausgangspunkt der Reise bis zur Türe

Fortsetzung auf Seite 12

Hoher Anteil des Autos am alpinen Wintertourismus

Statistisch erhärtete Zahlen zum Modalsplit im alpinen Winterverkehr gibt es nicht. Eine oft verwendete Schätzung ist jene der Internationalen Alpenschutzkommission (CIPRA), wonach der Anteil des Autos im Jahresdurchschnitt 84 Prozent beträgt. Das sind gemäss dem «Mikrozensus Mobilität und Verkehr 2010» des Bundes 19 Prozent mehr als der Autoanteil am gesamten Freizeitverkehr hierzulande. Der Verkehrsexperte Helmut Schäd von der Hochschule Luzern hält die von der CIPRA genannte Zahl für die Schweiz, nicht aber für den gesamten europäischen Alpenbogen, für eher hoch gegriffen.

axg

Grosse Wintersportorte mit Vorteilen im ÖV

Rang	Ortschaft	Anreise mit ÖV	Mobilität vor Ort	Information (TO)	Total
1.	Scoul	8	16	9	33/42
	Zermatt	11	16	6	33/42
2.	Davos	8	18	6	32/42
	St. Moritz	8	19	5	32/42
3.	Laax	9	17	4	30/42
	Saas-Fee	10	14	6	30/42
4.	Grindelwald	8	16	4	28/42
5.	Arosa	5	15	7	27/42
	Engelberg	9	14	4	27/42
	Verbier	5	18	4	27/42
	Wengen	8	12	7	27/42
6.	Lenzerheide	9	13	4	26/42
	Leukerbad	8	13	5	26/42
7.	Gstaad	8	13	4	25/42
8.	Nendaz	4	14	6	24/42
	Villars-sur-Ollon	7	12	5	24/42
9.	Adelboden	7	10	6	23/42
	Crans-Montana	8	12	3	23/42
	Ovronnaz	4	13	6	23/42
10.	Leysin	5	11	6	22/42
11.	Andermatt	7	9	5	21/42
	Champéry	6	11	4	21/42
	Grimentz	5	10	6	21/42
12.	Lenk	8	8	4	20/42
13.	Les Diablerets	5	10	3	18/42

Die Kriterien der drei bewerteten Bereiche sind: Schnelligkeit, Komfort, Taktfrequenz, Gepäck (Anreise mit dem ÖV); Beschilderung, Ortsbus am Abend, Gratisangebote, Haltestellen, Dienstleistungen, Regionalverkehr (Mobilität vor Ort); Website, ÖV-Förderung, Kompetenz (Information durch Tourismusorganisation). Pro Kriterium gibt es 1 bis 3 Punkte.

Verkehrs-Club der Schweiz



Ob die Werbung der SBB für ihren Tür-zu-Tür-Gepäcktransport beim Kunden ankommt? Die vorläufige Einschätzung des zuständigen Projektleiters ist optimistisch. SBB

Gepäck fällt ins Gewicht

Die SBB wollen mit einem Tür-zu-Tür-Gepäckservice neue Kunden gewinnen. Im Herbst befinden sie laut Projektleiter Tobias Ebinger über die definitive Einführung des Angebots.

ALEX GERTSCHEN

Tobias Ebinger, wird der im Oktober eingeführte Tür-zu-Tür-Gepäcktransport nachgefragt? Es läuft wirklich gut. Wir haben bereits über 2800 Gepäckstücke von



Tobias Ebinger

Haustür zu Haustür geliefert. Die meisten Transporte gingen in die Berge. Deshalb wollen wir abwarten, ob das grosse Bedürfnis über die Wintersportspitze hinaus anhält, und erst im Herbst entscheiden, ob die Dienstleistung – ergänzend zu den bestehenden – definitiv eingeführt wird.

Ein solcher Service ist bereits mehr-

mals getestet und aufgrund der schwachen Nachfrage verworfen worden. Wieso sollte es nun klappen? Wir haben damalige Einschränkungen aufgehoben, etwa den Service schweizweit und auch am Wochenende eingeführt. Heute steht er an 365 Tagen zwischen 7 und 23 Uhr zur Verfügung und ist im Unterschied zu damals online buchbar.

«Die wichtigsten Zielgruppen sind Senioren, Familien und Mehrtagesurlauber.»

Tobias Ebinger
Projektleiter Tür-zu-Tür-Service, SBB

Das umfassende Dienstleistungsangebot schlägt sich in relativ hohen Preisen nieder. Der Versand eines Gepäckstücks kostet 48 Franken. Wer leistet sich dies?

Unsere wichtigsten Zielgruppen sind Senioren, Familien und Mehrtagesurlauber. Viele ältere Kunden schätzen diesen Komfort. Entsprechend wichtig ist ihnen ein

Angebot, das ihnen das Schlep-pen des schweren Gepäcks abnimmt. Für Familien ist unsere Preisstaffelung attraktiv: Je mehr Stücke sie aufgeben, umso tiefer ist der Durchschnittspreis. Reist eine Familie zum Beispiel mit fünf Gepäckstücken, fällt der Preis pro Stück auf unter 20 Franken. Für Sportgeräte wie Velos und Ski wird kein Zuschlag erhoben.

Ist der Tür-zu-Tür-Service auch ökologisch sinnvoll? Der Transporteur Auto Kurier

Services wickelt den Transport von A bis Z auf der Strasse ab. Eine solche Dienstleistung funktioniert nun mal nicht mit der Bahn. Mit einem gemischten Angebot Strasse-Schiene werden das Handling und die Logistik komplexer und entsprechend teurer. Zudem könnten vermutlich nicht die gleichen Lieferfristen mit einer Zustellung am nächsten Tag erreicht werden. Wir werden aber prüfen, ob für die definitive Lösung ein Teil der Leistungen auf der Schiene erbracht werden soll.

Der Unterengadiner Tourismusdirektor Urs Wohler und Noëlle Petitdemange vom VCS finden, dass für eine Stärkung der Bahn – gerade im Wintertourismus – ein flächendeckender Bahnhof-zu-Tür-Service entscheidend wäre. Ein solcher Dienst wird bereits heute von gewissen Hotels angeboten.

Wie gross ist die Nachfrage? Wir haben keine Informationen. Die SBB stellen nur ihre Website

für die Abbildung der Liste von Hotels mit diesem Dienst zur Verfügung. Zu unserem Tür-zu-Tür-Service besteht aber ohnehin keine Konkurrenz, da dieser eine andere Zielgruppe anspricht: Wir wollen in erster Linie Kunden gewinnen, die

sonst wegen des Gepäcks das Auto nehmen würden.

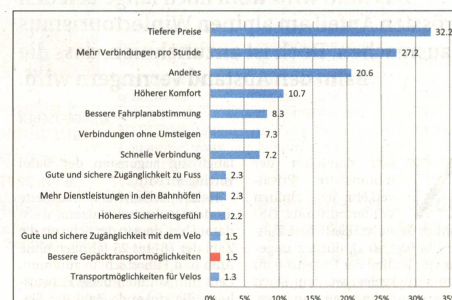
Ist das Gepäck im Konkurrenzkampf zwischen Bahn und Strasse wirklich entscheidend? Unsere Marktforschung ergibt, dass es tatsächlich eine entscheidende Hürde darstellen kann. Und für viele dieser Gäste stellt auch die Gepäckaufgabe beim Bahnhof zu Hause eine Hürde dar. Diese bleibt mit dem Bahnhof-zu-Tür-Service bestehen.

Arbeiten die SBB neben Auto Kurier Services mit anderen Partnern für das Tür-zu-Tür-Angebot zusammen? Sowohl in der Vermarktung wie in der Marktforschung arbeiten wir eng mit Switzerland Travel Centre, Reka und dem Verband Heilbäder und Kurhäuser Schweiz zusammen. So können wir unsere Marketinggelder ohne grossen Streuverlust auf die drei hauptsächlichen Zielgruppen fokussieren. Aber auch Hotels sind willkommene Partner, denen wir gerne unsere Angebotsflyer zur Verfügung stellen.

Zustellung am Tag nach der Abholung zu Hause

Die SBB führen seit Oktober 2013 eine einjährige Pilotphase für einen Tür-zu-Tür-Gepäckservice durch. Das Gepäck des Kunden wird am Ausgangspunkt der Reise abgeholt und am nächsten Tag an den Ziellort gebracht. Dabei wird jede Postadresse in der Schweiz und in Liechtenstein bedient. Der Kunde kann bis spätestens um 12 Uhr am Vortag der Abholung am Bahnschalter oder unter www.sbb.ch/gepaek seine Bestellung aufgeben. axg

Wie könnte der öV für Sie attraktiver werden?



Für die Bevölkerung ist der Gepäcktransport laut dem «Mikrozensus 2010» nicht wichtig; für gewisse Gästegruppen aber schon.

Fortsetzung von Seite 11

des Feriendomizils. Den provisorisch eingeführten Tür-zu-Tür-Service der SBB (vgl. Interview oben) hält sie für zu teuer. Andererseits fordert sie von den Tourismusbüros eine verstärkte Kommunikation des Angebots. «Bis auf Scuol hat sich seit der Durchführung der ersten Studie 2011 in keiner Ortschaft Wesentliches verändert», bedauert Petitdemange. «Wir haben die letzte Studie tatsächlich zum Anlass genommen, um zu verändern, was wir verändern können: die Koordination und Kommunikation der Angebote», sagt Urs Wohler, der Direktor der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM). Zu den Massnahmen gehörten: – die konsequente Abstimmung des Gästeprogramms auf den öV-Fahrplan; – die Integration der Informationen über den öV und den öV-

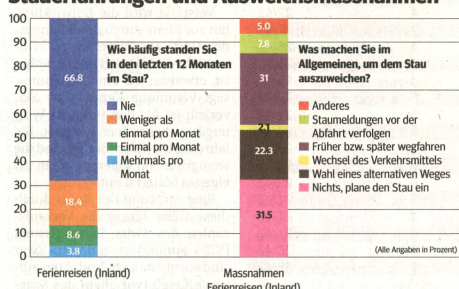
Gepäcktransport in den Saisonauftaktveranstaltungen für die Leistungspartner; – die Herausgabe eines Taschenfahrplans, der alle Fahrpläne des regionalen öV enthält; – die Schulung der TESSVM-Mitarbeitenden.

Umsteigeeffekt von 4,2 Prozent mit relativ günstigen Massnahmen Zudem lancierte die TESSVM 2012 den flächendeckenden Bahnhof-zu-Tür-Gepäckservice «domicil da vacanza». Dessen Leistungsträger sind die SBB, die Rhätische Bahn, die PostAuto Schweiz AG sowie zwei lokale Strassentransportunternehmen. Dank der finanziellen Unterstützung des Bundes kann das landesweit einmalige Angebot in der Pilotphase, die bis im Herbst 2014 dauert, zum gleichen Preis wie der Bahnhof-zu-Bahnhof-Service der SBB verkauft werden, nämlich zum Stückpreis von 12 Franken. Laut Wohler entspricht das Angebot

einem Bedürfnis. Die TESSVM hat berechnet, dass dank «domicil da vacanza» und den anderen Massnahmen der Anteil der Gäste, die mit dem öV anreisen, von 19,6 auf

23,8 Prozent gestiegen ist. Der Vergleich mit Leukerbad, wo die NEAT einen Umsteigeeffekt von 6,5 Prozent bewirkt hat, zeigt die Effizienz von Massnahmen im Ge-

Stauerfahrungen und Ausweichmassnahmen



Laut dem «Mikrozensus Mobilität und Verkehr 2010» des Bundes erwägen die wenigsten Autofahrer den Umstieg auf die Bahn.



«Der Umstieg vom Auto auf die Bahn erfordert aus der Sicht des Gastes ziemlich viel.»

Urs Wohler
Direktor TESSVM

päcktransport und in der Kommunikation. Zugleich macht das Beispiel «domicil da vacanza» deutlich, dass solche Massnahmen keine geringe, aber auch keine fundamentale Verschiebung weg vom Auto bewirken – selbst dann nicht, wenn sie stark subventioniert werden. «Wir freuen uns über das Erreichte, sehen aber auch, dass ein Umstieg aus der Sicht des Gastes ziemlich viel erfordert», sagt Wohler. Denselben Schluss lässt die links stehende Umfrage zu, die im «Mikrozensus Mobilität und Verkehr 2010» publiziert worden ist. Ob «domicil da vacanza» weitergeführt wird, hängt laut Wohler

von zweierlei ab. Bieten die SBB ihren Tür-zu-Tür-Service dauerhaft an, schliesst die TESSVM den eigenen Dienst. Andernfalls müsste die Finanzierung ohne die Bundesgelder sicherstellen, wobei die Nachfrage wenig Spielraum lässt. «Zwei, drei Franken mehr dürfen wir wohl verrechnen, mehr nicht», meint Wohler. Bessere Gepäckservices und Kommunikation, der weitere Ausbau des Skiverkehrs: Es sind dies aus ökonomischer und ökologischer Sicht jene Wege zu einem grösseren öV-Anteil im alpinen Wintertourismus, die es zu beschreiten gilt.

Zug bestimmt das Reiseziel



Für ausländische Gäste ist der Zug als Anfahrtsmittel noch immer die Variante dritter Wahl. Der «Snow Train» von TGV Lyria fährt deshalb nur noch fünfmal pro Wintersaison.

Pierre Julien/zvg

Belgische und britische Skifahrer fahren im Winter mit der Bahn ins Wallis, deutsche nach Graubünden. Die Direktverbindungen aus dem Ausland spalten die Quellmärkte.

GU DRUN SCHLENCZEK

Der öffentliche Verkehr ist eines der Aushängeschilder des Schweizer Tourismus: Der vernetzte Taktfahrplan garantiert einen direkten Anschluss in die entlegensten Täler über alle Verkehrsmittel hinweg. Manche Ferienorte sind sogar ausschliesslich mit dem öffentlichen Verkehr erreichbar. Auch wenn im alpinen Tourismus nur ein kleiner Teil der Wegstrecken im Zug zurückgelegt wird, nutzen stattdessen 40 Prozent der Reisenden während ihrer Ferien die Bahn mindestens einmal (Tourism Monitor Switzerland 2010). Spätestens an der Grenze ändert sich das Reiseverhalten jedoch markant. Nur 14 Prozent der ausländischen Gäste kommen in den Wintermonaten mit dem Zug in die Schweiz, im Sommer sind es mit 18 Prozent nicht viel mehr. Doppelt so hoch ist der Anteil jener, die sich für das Flugzeug als Transportmittel entscheiden: Gut jeder vierte ausländische Gast. Die Ursache für den Trend zur schnellen Flugvariante ortet Edith

Zweifel von Zermatt Tourismus in den aktuell tiefen Flugticketpreisen: «Steigen diese, könnte sich das Verhältnis zwischen Zug- und Flugreisen jedoch deutlich ändern.»

Chur hat neu den City Night Line, das Wallis wartet noch auf den ICE

Ein Graben beim Zugreisen besteht aber nicht nur zwischen Aus- und Inland, sondern auch zwischen den europäischen Incomingmärkten. Während Wintergäste aus Grossbritannien, Belgien oder Frankreich mit dem TGV Lyria des Neiges respektive dem TGV Lyria Snow Train direkt von Paris oder Lille nach Brig gelangen, verbindet der deutsche ICE das ganze Jahr Berlin und weitere deutsche Metropolen fünfmal täglich mit dem Berner Oberland. Deutsche und holländische Wintergäste erreichen seit dieser Wintersaison auch ohne Umsteigen Graubünden: Der City Night Line der Deutschen Bahn lockt immer freitags mit einer Direktverbindung von Amsterdam oder Hamburg nach Chur. Petra Fausch von Graubünden Ferien hofft so, den Anteil jener, welche im Winter mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, erhöhen zu können. Noch könne sie aber kein Fazit ziehen. «Dafür läuft das Angebot erst zu kurz.»

So eine direkte Zugverbindung nach Deutschland, wie es das Berner Oberland und Graubünden im Winter haben, wünscht man sich auch bei Valais/Wallis Promotion. «Das Interesse des Wallis an einer ICE-Verbindung wird immer wieder vorgebracht, und wir werden uns weiterhin darum bemühen», verdeutlicht der Be-

reichsleiter Tourismus Bruno Huggler. Das Potenzial an Gästen aus dem Norden, die den Lötschbergtunnel benützen könnten, sei noch nicht voll ausgeschöpft, meint Edith Zweifel. «Manchen ist die deutlich kürzere Verbindung noch zu wenig bewusst.»

Zu wenig Platz im ICE für Ski

Aber auch eine direkte Verbindung ist längst nicht eine Garantie dafür, dass Gäste aus dem europäischen Ausland tatsächlich auf den Zug umsteigen. Diese Erfahrung mussten die Jungfraubahnen mit ihrem Spezialangebot «Mit dem ICE auf die Skis» im letzten Winter machen. «Die Nachfrage war insgesamt zu gering», konstatiert Patrizia Pulfer von der Jungfraubahnen Management AG. Ein Hauptproblem könnten die knappen Platzverhältnisse im ICE sein. «Dies ist ein Grund, welcher von den Gästen immer wieder genannt wird», bestätigt Patrizia Pulfer. «Hauptsächlich Hemmfaktoren für eine Anreise mit dem Zug im Winter sind die mangelnden Gepäckablageflächen und das Umsteigen mit der Ausrüstung.» Beat Anneler, Geschäftsführer des Hotelier-Vereins Berner Oberland, kann diese Einschätzung der knappen Platzverhältnisse im ICE nur bestätigen. «Der ICE ist nicht für den Trans-

port von Skie geeignet.» Anneler muss es wissen, vermarkten doch die Berner Oberländer Hoteliers seit vielen Jahren bereits das Angebot «ICE und Hotel» über den gleichnamigen Katalog. 80 Prozent des Umsatzes erfolgten dabei jedoch in den Sommermonaten, 20 Prozent im Winter und hier vor allem mit Gästen, welche nicht Ski fahren.

Mangelnde Nachfrage hat auch dem TGV Lyria bereits mehrmals einen Strich durch die Rechnung gemacht. Jüngste Beispiele sind der TGV Lyria des Neiges und der TGV Lyria Snow Train. Der TGV Lyria des Neiges fährt bereits seit Mitte der Neunzigerjahre. Diese Wintersaison jedoch weniger lang als noch im Vorwinter: nur noch bis 8. März statt bis Mitte April. «Die Nachfrage ist im letzten Winter um 4 Prozent gesunken», begründet Alain Barbey, Generaldirektor von Lyria SAS. Neu kam letzte Wintersaison der Snow Train dazu, der vier Monate lang Lille und Brig einmal pro Woche verband. 2900 Passagiere nutzten die Lille-Brig-Verbindung. Zu wenig für Lyria SAS: Diese Wintersaison besteht das Angebot noch an genau fünf «Peak-Weekends», die voll ausgebucht sind. Zur Zukunft der Winter-TGVs äussert sich Alain Barbey verhalten: «Für dieses Jahr bleibt das Angebot be-



«Wir werden uns weiterhin um eine ICE-Verbindung ins Wallis bemühen.»

Bruno Huggler
Valais/Wallis Promotion

stehen.» Nur ein kurzes Gastspiel erlebte der TGV des Grisons: Er verband in den Wintersaisons 2007/2008 und 2008/2009 einmal pro Woche Paris und Chur. Auch hier musste Lyria SAS aufgrund mangelnder Nachfrage die Verbindung wieder sistieren. Eine Winterverbindung aus Frankreich nach Graubünden scheint für Lyria SAS vorerst vom Tisch. «Zurzeit sind keine Pläne vorhanden, diesen TGV wieder in Betrieb zu nehmen», äussert sich dazu Eliane Prescher von Lyria SAS. Edith Zweifel von Zermatt-Tourismus – den autofreien Ferienort steuern sommers wie winters 70 Prozent der Gäste mit dem öffentlichen Verkehr an – bedauert den raschen Abbau der Zugverbindungen. «Wir haben Feedbacks von Gästen, die sich wünschen, dass die Verkehrsunternehmen einen längeren Atem hätten und nicht grad wieder aufgeben. Ein Produkt muss erst mal Fuss fassen.» Valais/Wallis Promotion hat den TGV Lyria Snow Train und den TGV des Neiges auf jeden Fall aktiv in die Kommunikation aufgenommen und über die Medien in

Grossbritannien breit gestreut. Der Zwang zur Rentabilität lässt Lyria SAS nicht nur Strecken wieder einstellen, sondern auch maximal auslasten. Edith Zweifel weiss von ihren Gästen, dass diese das knappe Sitzplatzangebot und die kurze Angebotsdauer des TGV des Neiges bedauern. «Der TGV ist immer schnell ausgebucht, sodass eigentlich nur Frühbucher in seinen Genuss kommen.»

TGV Lyria will ihre Züge Skifahrer-tauglich trimmen

Platz schaffen will die Tochtergesellschaft der französischen SNCF und der Schweizerischen Bundesbahnen nun aber für die Skiausrüstung. Im Zuge der sanften Renovation der 19 Lyria-Kompositionen sollen einige Abstellplätze für Ski erhalten und dann auf den Strecken ins Wallis und ins Berner Oberland eingesetzt werden. Bei der Deutschen Bahn kann der Gast nur auf die Nacht-Verbindung ausweichen: Im City Night Line werden Ski, Snowboard und Schlitten kostenlos transportiert, verspricht der deutsche Anbieter.

Trassen Knappes Angebot verdrängt ausländischen Zuganbieter auf Platz 2

Der enge Taktfahrplan auf Schweizer Schienen trifft insbesondere die Verkehrsanbieter aus dem Ausland und verdrängt diese in die Warteposition. «Als französischer Anbieter kommen wir an zweiter Stelle, der Binnenverkehr hat Vorrang», weiss Eliane Prescher von Lyria SAS. Der Ge-

neraldirektor Alain Barbey verdeutlicht, was das konkret heisst: «Eine Fahrt Lausanne-Brig dauert mit dem TGV des Neiges zirka 45 Minuten länger als eine Fahrt mit dem SBB InterRegio.» Das führe dazu, dass die Kunden oft in Lausanne auf einen SBB-Zug umsteigen würden, um schneller am Ziel zu sein. gsg

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst

cahier français: Alexandre Caldarac/aca
fokuz: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb, Franziska
Egli/fee, Theres Lagler Berger/tl,
Gudrun Schlenzcek/gsg

Grafik und Produktion: Carla Barron-Seccic/bcs,
Roland Gerber/rg, Sarah Hännli/shs (Praktikantin),
Daniel Steim/ste

Korrektur: Paul le Grand

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung),
Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievengelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Alesch/npa
Praktikum: Arbresha Velijajav

Koordination: Daniel Steim

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hännli
Stelleninsetate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Arbresha Velijajav
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller,
Michael Müller

hoteljob.ch: Denise Karam

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: 10 330 (WEMF/SW-
Beglaubigung 2013)

Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.–,
ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Online Redaktion: online@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76, Mail: abo@htr.ch

Inserate: Tel. 031 370 42 42,

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

Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

fokus – den Dingen auf den Grund gehen 10 Wochen lang für CHF 29.00



Vertiefen Sie 10 Wochen lang Ihr Wissen für CHF 29.00!

Oder beziehen Sie die htr hotel revue gleich
im Jahresabonnement für CHF 169.00.

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

htr hotel revue

Rehaklinik-Chef Andreas Kammer erklärt, warum die Hotelfachschule als Ausbildung für den Posten genügt. Der Generalist sieht die Hotellerie als Trumpf im Preiskampf.

GUDRUN SCHLENCZEK



Die Rehaklinik Hasliberg fängt den Rückgang der Rehabilitationsfälle mit Kuraufenthalten auf. Schöne Lage und Hotellerie ziehen Kunden an.

Bilder zvg

Vom Koch zum Klinikleiter

Andreas Kammer, Sie sind Koch und Hotelier und nun seit drei Monaten Vorsitzender der Geschäftsleitung der Rehaklinik Hasliberg. War das ein Sprung ins kalte Wasser?
Nein, überhaupt nicht! Es ist korrekt, dass ich die ersten zehn Jahre meiner beruflichen Laufbahn in der Gastronomie und Hotellerie tätig war. Die letzten 18 Jahre arbeitete ich jedoch im Gesundheitswesen. Die vergangenen acht Jahre in der Klinik Barmelweid als Bereichsleiter für die Hotellerie und das Facility Management.

Reicht die Hotelfachschule aus, um eine Klinik zu leiten?
In diesem Metier trifft man auf viele Quereinsteiger, da eine klassische Ausbildung zum Spital- oder Klinikdirektor fehlt. Es gibt lediglich Weiterbildungen, die seit der Bologna-Reform CAS, DAS oder MAS heissen. Die Hotelfachschule kommt – neben den Fachgebieten – einer generalistischen Managementausbildung gleich. Mit generalistisch meine ich, dass Personalführung, Finanzen, Marketing, Recht etc. abgedeckt werden. Um nun eine Klinik erfolgreich zu führen, ist es

ratsam, die Mechanismen des Schweizerischen Gesundheitswesens zu kennen. Dazu bieten sich nach der Hotelfachschule die erwähnten Weiterbildungslehrgänge an.

Haben Sie sich für eine Rehaklinik entschieden, weil hier die Hotellerie wichtiger ist?
Es ist korrekt, dass in der Rehabilitation eine allgemein höhere Anforderung an die Hotellerie gestellt wird als in der Akutmedizin oder Psychiatrie. Als Hotelier fühle ich mich in der Rehaklinik sehr wohl.

Als Klinik-Leiter stehen Sie auch der Pflege vor. Akzeptieren diese einen Hotelier als Chef, der keine medizinische Ausbildung genossen hat?
Da müssten Sie eigentlich den Chefarzt oder die Pflegedienstleitung fragen – aber ich glaube schon. Der Führungsstil im Spitalwesen hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten massgeblich verändert. Die meisten Spitäler wurden vor 20 Jahren noch von einem Mediziner geführt. Mediziner sind Spezialisten, und für die Führung einer Klinik braucht es heutzutage Generalisten. Ich sehe mich als Generalisten. Eine Klinikleitung ist immer sehr heterogen zusammengesetzt. Chefarzte haben eine andere Denkweise als die Finanzchefs- und die Pflegedienstleitung sieht die Sache meistens anders als die Hotellerieleitung. In den Klinikleitungen herrscht ein kultureller Schmelztiegel. ...

Was ist anders beim Führen eines Spitals?
Zwischen dem Marketing eines Hotels und einer Klinik gibt es grosse Parallelen.

Andreas Koch fühlt sich als Hotelier sehr wohl.

Man muss einzigartig sein, um am Markt zu bestehen. In einer Klinik oder einem Spital gibt es so viele Vorgaben, dass es schwierig ist, einzigartig zu sein. Da bietet sich die Hotellerie in einer Klinik förmlich an, um sich zu positionieren. Unter Hotellerie verstehe ich nicht nur die Beherbergung mit einem schönen Zimmer oder die Gastronomie mit einem guten Essen, sondern auch die Rolle des Gastgebers. In vielen Kliniken fühlt man sich nicht unbedingt willkommen. Das liegt einerseits an der Grösse und andererseits an der Einstellung, alles möglichst rational zu erledigen.

Im Gesundheitswesen wird fast überall der Rotstift angesetzt: Wie sieht Ihr Budget aus?
Die Rehaklinik Hasliberg ist ein privatrechtlich geführtes Unternehmen, das schon seit je alle auflaufenden Kosten selber bezahlt und bezahlen musste. Budgetiert wird jeweils ein Jahr im Voraus. Die Zweijahresverträge mit den Krankenkassen geben uns eine gewisse Sicherheit. Wir wissen zwar nicht, wie viele Patienten kommen werden, aber der Preis ist schon mal festgelegt. Die Krankenkassen sind hier knallhart, sie versuchen, möglichst tiefe Preise (Tarife) auszuhandeln, um ihren Versicherten wiederum möglichst tiefe Prämien zu garantieren.

Die Rehaklinik Hasliberg ist eine Privatklinik: Spüren Sie dadurch einen stärkeren Rentabilitätsdruck?
Unfair finde ich, dass den öffentlich-rechtlichen Rehakliniken im Kanton Bern seit Jahren

höhere Tarife zugesprochen werden als den privatrechtlichen Rehakliniken. Das heisst, unsere Tarife sind rund 30 Prozent unter den Tarifen unserer direkten Mitbewerber.

«Vor 20 Jahren wurden die meisten Spitäler noch von einem Mediziner geführt.»

Andreas Kammer
Rehaklinik Hasliberg

ausgeglichenen Tarifen führen wird. Wenn diese Tarif-Diskrepanz nicht wäre, würde ich nicht von einem Rentabilitätsdruck sprechen, sondern von einem fairen Wettbewerb.

Ist die Hotellerie von etwaigen Sparvorgaben auch betroffen?
Nein. Die Hotellerie ist einer unserer Trümpe. Das wäre falsch, wenn wir in diesem Bereich sparen oder anders formuliert Dienstleistungen abbauen würden. Das schliesst aber nicht aus, dass wir auf einen kostengünstigen Einkauf schauen.

Wie hoch ist die Tagespauschale in der Hotellerie? Deckt diese die Kosten?
In der Rehabilitation verfügen wir über eine Tagespauschale für die gesamten Dienstleistungen. Das heisst, darin enthalten ist der Arzt, die Pflege, Physiotherapie, Verwaltung, die Hotellerie mit dem Zimmer und der Gastronomie und den weiteren Dienstleistungen, inklusive der Medikamente, die während des Aufenthalts abgegeben werden. Wie wir die Tagespauschale auf die einzelnen Dienstleistungserbringer aufteilen, interessiert die Krankenkassen nicht und hat sie auch nicht zu interessieren. Bei der Kur sieht es anders aus als bei der Rehabilitation. Der

Unterschied besteht darin, dass der Patient die Hotellerie – also Zimmer und Gastronomie – selbst bezahlen muss. Die Krankenkasse übernimmt den Rest. Die Vollpensionspreise bewegen sich zwischen 115 und 240 Franken pro Nacht. Die recht grossen Differenzen basieren auf der Qualität der Zimmer. Die genannten Preise decken unsere Kosten.

Wie unterscheiden Sie in der Hotellerie bei Privat- und Allgemeinversicherten?

Es versteht sich von selbst, dass ein allgemeinversicherter Patient ein Zimmer für 115 erhält und der Privatversicherte ein Zimmer für 240 Franken. Im Restaurant wird der allgemeinversicherte Patient im grossen Speisesaal bedient. Der zusatzversicherte Patient bekommt einen Platz in der Veranda, die ein ruhigeres und exklusiveres Ambiente ausstrahlt. Der Privatpatient wählt zudem seine Mahlzeiten aus einer umfangreicheren A-la-carte-Karte aus.

Was gibt ein Patient im Durchschnitt pro Tag im Restaurant aus?

Da der Patient bei uns eine Vollpension geniesst, gibt er neben den drei Hauptmahlzeiten, die in der Pauschale enthalten sind, nicht mehr viel Geld aus. Es handelt sich hierbei vielleicht im Schnitt um 5 bis 10 Franken pro Tag. Dabei handelt es sich um Telefonate, nichtalkoholische Süssgetränke oder alkoholische Getränke zu den Hauptmahlzeiten. Für Zusatzgeschäfte sind die Angehörigen interessanter. Sie besuchen die Patienten und konsumieren entsprechend.

Dank DRG-Fallpauschale kommen die Patienten früher in die Reha: Profitieren Sie davon?
Schön wäre es. Die Einführung der Fallpauschalen in den

akutsomatischen Spitalern ist für die Rehakliniken eher ein Fluch als ein Segen. Warum? Durch das fixe Entgelt (Fallpauschale) versucht das Akutspital, den Patienten früher und somit kränker in die Rehabilitation zu verlegen. Schön wäre es, wenn wir selber sagen könnten, wie lange ein Patient bleiben soll oder darf. Das geben uns aber die Krankenkassen vor. Hier gelten immer noch die gleichen Regeln, ein Rehabilitationsaufenthalt dauert 2 Wochen und kann maximal um 1 Woche verlängert werden.

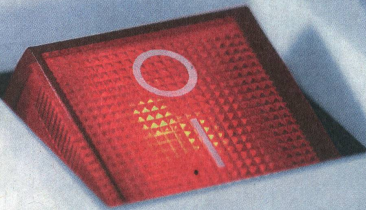
Bei den Krankenkassen gilt der Grundsatz «ambulant vor stationär». Spüren Sie das in Ihrer Klinik?

Diesen Trend spüren wir sehr stark. Denn jüngere Patienten erhalten meistens von der Krankenkasse keine Kostengutsprache für eine stationäre Rehabilitation. Jüngere, mobile Patienten schicken man in ein ambulantes Programm. Eine Zwischenlösung ist die Kur, bei der der Patient, wie bereits erwähnt – die Hotellerie selber bezahlen muss. Die restlichen Kosten werden dann von der Krankenkasse bezahlt. Weil dieser Trend besteht, bietet die Rehaklinik Hasliberg nebst den Rehabilitationen auch Kuraufenthalte an.

**Klinik Hasliberg
Vom Hotel zur Rehaklinik**

Die Rehaklinik Hasliberg zählt zur Michel Gruppe AG, zu der unter anderem die Privatklinik Meiringen gehört. Die Rehaklinik war bis 1984 das Hotel Schweizerhof, 2006 übernahm die Michel Gruppe das Haus. **Andreas Kammer** hat am 1. Oktober 2013 den Vorsitz der Geschäftsleitung der Klinik Hasliberg übernommen. gsg

Energiecheck gefälltig?



Effizienter wirtschaften dank hotelpower

Die Plattform hotelpower unterstützt Hotel- und Gastronomiebetriebe den Energieverbrauch zu senken und Kosten zu reduzieren.

Mit Online-Tools wird das Sparpotential berechnet und konkrete Praxisbeispiele zeigen auf, wie die Ziele erreicht werden können.

Weitere Informationen finden Sie unter www.hotelpower.ch

Partner

BKW®
BKW FMB Energie AG



Energie-Agentur
im DER WIRTSCHAFT

energieschweiz

SIEMENS



**hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.**

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



Klares Design für das Restaurant Route twenty-six im Sheraton Zürich Hotel, welches am 17. Januar für die Gäste öffnet.

Bilder zvg

«Kantönligeist» in Zürich-West

Das besondere Konzept Ein australischer Chefkoch und die kulinarischen Preziosen aus allen 26 Schweizer Kantonen: Wie Steve Sweetman das Restaurant Route twenty-six im neuen Zürcher «Sheraton» prägen will.

ANDREAS GÜNTERT

Natürlich kannte er die Schweiz. Immerhin hat der gebürtige Australier Steve Sweetman schon in Luzern gekocht, in Baden, Zürich, Regensdorf und in Wilen am Sarnersee. Doch als sich der Executive Chef des neuen Sheraton-Hotels in Zürich-West jüngst auf eine

gastronomische Tour de Suisse begab, da staunte er aufs Neue: «Die Schweiz ist ein Phänomen. Man fährt eine Stunde und trifft auf völlig andere Spezialitäten und Lieferanten. Die Kulinarik ändert sich innerhalb von 50 Kilometern – und die Qualität bleibt immer hoch.»

Gerichte aus allen 26 Kantonen für maximal 60 Franken

Ausgerückt hat Steve Sweetman mit einer Mission: «Ich wollte das Beste aus allen 26 Kantonen finden. Gerichte und Lieferanten, die typisch sind für ihre Landstriche.» Was er heimbrachte von seinen Reisen, soll den Nährboden bieten für das Restaurant «Route twenty-six». Dieses war zunächst als kalifornisches Grill-Restaurant geplant, «doch das», sagt

Steven Sweetman

Sheraton-Zürich-Hotel-Direktor Sven Lehmann, «war uns nicht speziell genug». Zusammen mit Sweetman kam man darauf, die Schweiz eine Hauptrolle spielen zu lassen. Allerdings nicht als reine Gastro-Folklore: «Weil wir im «Route twenty-six» viele internationale Gäste empfangen werden, werden wir auch die Klassiker wie Club-Sandwich oder Caesar's Salad anbieten», sagt Lehmann, «aber wir können diese mit regionalen Bezügen durchwirken und so einzigartig machen.»

Wie geht man vor, wenn man «das Beste» aus 26 Kantonen auswählen darf oder muss? Sweetman nahm vorab Fahrten auf bei Lieferanten, die ihm bereits ein Begriff waren für ihre Spezialitäten. Oft hätten diese dann an weitere Kollegen verwiesen. Dabei behielt der Sheraton-Chefkoch stets die Endpreise im Kopf. Die Hauptgerichte sollten für Zürcher Verhältnisse im mittleren Rahmen, also zwischen Ende 20 und maximal 60 Franken liegen. Zudem suchte Sweetman

das Gespräch in seinem Umfeld und vor Ort: «Unser IT-Spezialist konnte mir Tipps aus dem Raum Bodensee geben, und natürlich kam meine Nidwaldner Gattin auch mit der einen oder anderen Idee. Wir besuchten Restaurants, sprachen mit Kellnern und mit Patrons über regionale Spezialitäten.»

Insgesamt 2000 Kilometer legte Sweetman zurück, um während vier Monaten in Töpfe, Teller, Menükarten und Lieferanten-Lager zu blicken. Gastronomische Schätze seien nicht überall gleich leicht zu heben gewesen: «Zürich, Aargau, Luzern und Graubünden bieten eine grosse Auswahl an einzigartigen Gerichten und Lieferanten. Jura und Solothurn fand ich eher schwierig, Bern liegt etwa in der Mitte», fasst Sweetman die kantonale Kulinarik zusammen.

Geplant ist eine Karte, die vier Mal pro Jahr geändert wird

Ein Highlight der entstandenen Menükarte dürfte die Appenzeler Rohwurstspezialität Pantli sein, die Sweetman in Chips anrichtet und auf Jakobsmuscheln treffen lässt. Rheintaler Ribelmis-Miskratzerli aus St. Gallen kommen ebenso zum Auftritt wie mit Luganighe gefüllte Ravioli aus dem Tessin. Neuenburger Zanderfilet und Bremgartner Forellenfilets glänzen auf der Fischkarte, Vegetarier halten sich an die Bündner Capuns, Schleckmäuler sollten mit Thurgauer Süssmost-Crème oder Basler-Läckerli-Parfait glücklich werden. Ausgesuchte Klassiker wie etwa Zürcher Geschnetzeltes – auf Wunsch mit Nieren – dürfen nicht fehlen, «die Gäste erwarten das einfach», sind Sweetman und Lehmann überzeugt. Daneben sorgen regionale Spezialitäten auch für den helvetischen Bezug in globalen Lieblingen. Töstaler Speck im Caesar's Salad, Luzerner Wachtelsteier im Nüssli-Salat, superscharfe «Bärgfeuer»-Chilisauce aus Wolterau, die das Fleisch in der BBQ-Sauce begleitet. Die 26 Spezialitäten sind verteilt über die ganze Karte, die nicht statisch bleiben soll: «Wir werden sie den Saisons anpassen und mindestens viermal jährlich ändern», verspricht Sweetman.

Fakten Ein Chef mit Zickzack-Karriere und einem «Herz für Grosis» kocht im neuen Sheraton Hotel in Zürich-West

Steve Sweetman (44) ist seit September 2013 Executive Chef für das neue Sheraton-Hotel in Zürich-West, wo er eine 16-köpfige Brigade leitet. Der gebürtige Australier – heute auch Schweizer Staatsbürger – war unter anderem im Swissôtel Sydney tätig, für Mövenpick im palästinensischen Ramallah und im ägyptischen El Gouna. In die Schweiz kam er erstmals 1995, als er für das damalige Atlantis Sheraton in Zürich kochte. Danach fügte Sweetman zahlreiche weitere Stationen in der Schweiz hinzu. Den traditionell

schwierigen Sonntagabend will Sweetman im «Route twenty-six» mit Schweizer Klassikern beleben. Unter dem Namen «Grosis Abend» sollen Gerichte gefeiert werden, in denen Nostalgie mitschwingt. Bramata-Polenta, Älplermagronen oder auch das Militärgericht Spätz, die klare Brühe mit Gemüse-, Kartoffel- und Siedfleischstücken, sollen gereicht werden, zu jeweils 25 Franken.

Das Restaurant «Route twenty-six» ist Teil des neuen Sheraton-Hotels, das am 17. Januar in Zürich-West öffnet. Es befindet

sich gleich neben dem Hotel 25hours, das 2012 an den Start ging. Das Sheraton Zürich Hotel, wie es mit vollem Namen heisst, befindet sich in einem 80 Meter hohen Turm und nimmt die ersten zehn Stockwerke ein. Auf den Etagen 11 bis 24 befinden sich 120 Wohnungen. Das Hotel verfügt über 197 Zimmer und Suiten und ist Teil der Gesamtentwicklung «Hard Turm Park». Das «Route twenty-six» hat 94 Innenplätze und eine Aussen-terrasse mit 60 Plätzen. ag

www.sheratonzurichhotel.com

Tourismus

Bergbahnen Davos Klosters starten Familienoffensive

Die Bergbahnen Davos Klosters wollen mehr Familien in die Destination holen und lancieren dafür eine neue Kampagne mit den 19 Hotels, die sie betreiben. Unter dem Motto «Wir fahren mit Mama und Papa nach Davos. Und du?» preist die Offensive fünf Übernachtungen für zwei Erwachsene mit zwei Kindern bis 17 Jahren an, inklusive fünf Tage Skipass und Frühstück, zum Preis von 1215 Franken. «Skiferien sind für viele Familien sehr teuer geworden. Das wollen wir ändern», erklärt Marketingleiter André Rellstab.

Neues Gastro-Angebot auf der Klewenalp



zvg

Alpine-Style hoch über dem Vierwaldstättersee: Die Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG haben das **Berggasthaus Panorama** auf Klewenalp-Stockhütte saniert – nach zwei Monaten Umbauzeit hat die «Klewenstube 1600» mit viel Holz und Sitzbänken jetzt neu eröffnet. Bei Grossandrang bleibt das bisherige Self-Service-Konzept bestehen; daneben wird auf Wunsch der Gäste neu ein Bediensystem eingeführt. Nebst dem traditionellen Tagesgeschäft ist die «Klewenstube 1600» auf Bankette, Seminare und Familienfeiern ausgerichtet.

Events

15. Gourmet Festival Sylt steht vor der Tür



Sylt Marketing / Holger Wildera

Vom 15. bis zum 19. Januar laden die Gastgeber Detlef Tappe («Walter's Hof»), Holger Bodendorf («Landhaus Stricker»), Franz Ganser («Das kleine Restaurant») und Pius Regli («Manne Pahl») zum Gourmet-Festival auf der **Insel Sylt** ein. Zu den Gästen und zu den Highlights der nunmehr 15. Ausgabe gehören laut Mitteilung Dan Morgen, der in Nebraska die teuersten Rinder der Welt züchtet, und Weine aus dem Libanon, aus Württemberg oder Kalifornien.

www.gourmet-festival-sylt.de

Kaffee-Kompetenz im März an der Internorga

An der Internorga, der Fachmesse für den Ausser-Haus-Markt in Hamburg, ist Kaffee Trumpf: Vom 14. bis 19. März 2014 präsentieren mehr als 70 Aussteller in fünf Hallen die heissen Themen der Kaffeeszene – mit Neuheiten, Top-Baristas in Aktion und Gelegenheiten für Fachgespräche. Claudia Johannsen, Projektleiterin der Internorga: «Die grosse Anzahl der Kaffee-Aussteller unterstreicht die immense Marktbedeutung und das stabile hohe Potenzial dieser Produktgruppe.» sag

www.internorga.com

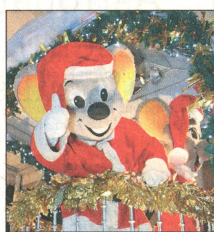
Winter beschert Europa-Park Rekorde

Knapp fünf Millionen Gäste besuchten in der Saison 2013 den Europa-Park in Rust (D) – das beste Ergebnis seit der Gründung 1975. 1,2 Millionen kamen aus der Schweiz.

Es sei sein besucherstärkstes und betriebswirtschaftlich bestes Jahr seit der Gründung im Jahr 1975 gewesen – der Europa-Park im deutschen Rust bilanziert seine Saison 2013 mit einem Besucherrekord von knapp fünf Millionen Gästen. Dabei habe sich gerade die Winteröffnung zunehmend als starker Besuchermagnet erwiesen: «Unser erweitertes Angebot trägt Früchte. Die Winteröffnung entwickelt sich zum Wachstumstreiber mit knapp 500.000 Besuchern in diesem Jahr», sagt Europa-Park Chef Roland Mack.

Spitzenzeit mit bis zu 25.000 Besuchern hatte man bislang nur aus der Sommeraison gekannt. «Der Anteil der Erstbesucher ist im Winter sogar höher als im Sommer», so Mack weiter. Die Winteröffnung des Freizeitparks war vor 13 Jahren zum ersten Mal durchgeführt worden.

Als weiterer Trend für 2013 nennen die Betreiber, dass immer mehr französische und Schweizer Besucher in den Europa-Park reisen. Die Zahl der Franzosen ist auf 1,3 Millionen angestiegen und aus der Schweiz sind 1,2 Mil-



Gute Europa-Park-Bilanz 2013 – die Euromaus freut's. zvg

lionen Besucher verzeichnet worden. Über 30 Prozent der Hotelgäste sind Schweizer.

In die Saison 2014 startet der Park am 5. April mit einer neuen, 20 Millionen Euro schweren Indoor-Attraktion: «Arthur – Im Königreich der Minimoys» ist eine Kooperation mit dem französischen Regisseur Luc Besson. Auf 3500 Quadratmetern wird unter einer 15 Meter hohen Kuppel die Originalkulisse von Bessons Fantasy-Saga «Arthur und die Minimoys» nachgebaut, inklusive Fähranlage. sag

Wettbewerb**Vier Kandidaten kochen um den «Bocuse d'Or»**

Anlässlich der «Sirha» in Genf, der Fachmesse für Gastronomie und Hotelwesen vom 26. bis 28. Januar 2014, findet am 27. Januar die Schweizer Ausscheidung für den Bocuse d'Or statt. Mit von der Partie sind: Thierry Bollat (Restaurant Seven, Ascona), Laure Anne Denis (Restaurant du Parc des Eaux Vives, Genf), Christoph Hunziker (Restaurant Schärmehof, Thun) und Elodie Schenk (Auberge du Soleil, Bursins). Der Gewinner wird die Schweiz im Mai am Bocuse d'Or Europe in Stockholm vertreten.

www.bocusedorsuisse.ch

«Gusto 14»: Die Finalteilnehmer stehen fest

Neun Kochtalente stehen im Finale des «Gusto 14», dem Lehrlingskochwettbewerb, der am 13. März 2014 ausgetragen wird: Angelo Croce (Brasserie Lipp, Genf), Lina De Simoni (Seerestaurant Belvédère, Hergiswil), Daniel Duerr (Reha-Klinik Bellikon), Manuel Engel (Grand Hotel National, Luzern), Matthias Fehr (Altersbetreuung Vechigen, Worli), Silvana Lodi (Congress Hotel Seepark, Thun), Ivo Magistretti (Inselhospital, Bern), Gilles Meyer (Grand Hotel Victoria-Jungfrau, Interlaken), Melanie Rufer (Residenz au Lac, Biel). fee

www.gusto14.ch

Hotellerie**Six Senses Hotels Resorts Spas: acht Neueröffnungen**

zvg

Das Resort- und Spa-Unternehmen Six Senses hat acht Neueröffnungen für die kommenden 36 Monate bekannt gegeben. Darunter sind neue Häuser in Asien, Europa, Nordafrika und der Karibik – mit dem Six Senses Mont Blanc gehört unter anderem auch das erste Ski-Resort der Marke dazu. CEO Neil Jacobs spricht bezüglich der Expansion von einer «Neudefinition der Marke Six Senses auf dem globalen Markt.»

Auszeichnung**Tanja Grandits für Swiss Award nominiert**

Michael Wissing

Wird Tanja Grandits nach dem Gault-Millau-«Koch des Jahres» bald auch «Schweizerin des Jahres»? Die 18-Punkte-Köchin ist für den Swiss Award nominiert, welcher kommenden Samstag, 11. Januar im Hallenstadion Zürich verliehen wird. 18 Persönlichkeiten aus Sport, Kultur, Show, Gesellschaft und Wirtschaft buhlen um den Titel. Die Spitzenköchin ist in der Sparte «Gesellschaft» nominiert. SRF1 überträgt die Gala live ab 20.10 Uhr. sag



Ganzheitliche Gastro-Gestaltungskonzepte – ein Thema am Messedoppel «Imm Cologne» und «Living Interiors» in Köln.
Im Bild: Das Stuttgarter Studio Ippolito Fleitz Group hat beim Interieur für die Schweizer Kette «Not Guilty» auf ungekünstelte Materialien und mäandernde Bäume aus weiss lackierten Stahlrohren gesetzt.

zvg/Zooey Braun

Köln kennt die Interior-Trends 2014

Mit der «Imm Cologne» öffnet am 13. Januar die erste Interior-Design-Messe des Jahres ihre Tore. Die 65. Ausgabe zeigt die Einrichtungstrends für 2014 – zum Beispiel das Kombinieren in allen Formen und Farben.

SABRINA GLANZMANN

Nächste Woche ist Köln der «Place to be» für die internationale Design- und Einrichtungsbranche. Zum 65. Mal stellen im Areal der Koelnmesse internationale Einrichtungsbetriebe aus und zeigen einem Publikum aus Fachbesuchern und Endverbraucher ihre News und Trends. Etabliert hat sich die Messe auch als Treffpunkt für

Einrichtungskonzepte für das Contract Business. Hier zeigen Aussteller ihre Neuheiten für die Ausstattung von Hotels, Restaurants, Shops und anderen Objekten. Interessant für das Gastgewerbe ist auch die Sonderschau «Living Interiors», die nach ihrer Premiere 2012 künftig immer in geraden Jahren parallel zur Imm Cologne stattfindet. Dort geht es um ganzheitliche Wohn- und

Einrichtungskonzepte von mehr als 70 Ausstellern aus den Bereichen Bad, Boden, Wand und Licht.

Aussteller-Boom im Sleep-Segment

«Genauso wie sich Einrichtungstrends, Trends, angesagte Farben, Lebensgewohnheiten und lieb gewonnene Rituale verändern, so verändern sich auch Segmente, Hallen und Events auf einer Einrichtungsmesse», sagt Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse



«Auch 2014 liefert die Imm Cologne den Märkten mit Trend-Wohnideen neue Impulse.»

Katharina C. Hamma
Geschäftsführerin Koelnmesse

zur Ausgabe 2014. Zu den Neuerungen, mit denen die Imm Cologne aufwartet, gehören zum Beispiel die Vergrößerung des Segments «Sleep» – laut Katharina C. Hamma «aufgrund des ausgezeichneten Buchungsstandes» – wo Matratzen- und Schlafsysteme, Betten, Bettwäsche und Accessoires im Fokus stehen.

Weiter erhält die Halle 10 ein neues Kreativkonzept, mit dem auch neue internationale Zielgruppen ange-

sprochen werden sollen. Die Besucher haben dort etwa die Gelegenheit, mehr über den Einfluss von Licht und Farben auf Design und Einrichtungswelten zu erfahren.

Das ebenfalls neue Segment «Pure One Design Injection» widmet sich dem Thema junges Design. Dazu gehört eine selektierte Ausstellung experimenteller Designobjekte, in welcher Designergruppen, Hochschulen und Unternehmen ihre Arbeit vorstellen und wo demonstriert werden soll, wie Ideenlabore einen konkreten Einfluss auf die Möbelindustrie haben. «Dieses neue Format wird sicherlich eine der spannendsten Premieren-Überraschungen», schätzt Geschäftsführerin Hamma.

Und welche konkreten Einrichtungstrends können die Besucher dieses Jahr in Köln entdecken? Im Trendbericht, den die Imm Cologne im Vorfeld der Messe veröffentlicht hat, nennt sie das «Kombinieren in allen Farben und Formen» als eine der wichtigsten Entwicklungen für 2014. So werde etwa «Holz mit starken Farbkanten in Kontrast gesetzt, unterschiedliche Hölzer kombiniert, Natur-Look mit bunt lackierten Kleinförmeln aufgefrischt und mit offenkundig künstlichen Elementen und Materialien wie Hightech-Textilien, Plastik-Stühlen und futuristischen Strukturen konfrontiert.»

Fakten Die Imm Cologne 2014 mit 1100 Ausstellern

Die 65. Ausgabe der internationalen Interior-Design- und Möbelsmesse Imm Cologne und die Sonderschau Living Interiors für ganzheitliche Wohn- und Einrichtungskonzepte finden vom 13. bis zum 19. Januar in Köln statt. Die Veranstalterin Koelnmesse GmbH rechnet dieses Jahr mit 120.000 Besuchern aus über 110 Ländern; ausstellen werden 1100 Unternehmen aus 50 Ländern.

Einige Beispiele für diesjährige Aussteller:

www.girsberger.com
www.hafele.com
www.hansgrohe.ch
www.hildinganders.com

Alle Informationen und das komplette Ausstellerverzeichnis:
www.imm-cologne.de

Kolumne

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

Sonderbares Astronauten-Essen in Apulien

rot wie eine Rande und schleppte unsere Koffer bis ans andere Ende des Zuges. «Aber du witzelst selbst immer, dass Curry das beste englische Nationalgericht sei!», stellte ich fest. «Ich darf das!», zischte sie. «Ich bin Engländerin. Man sollte nicht über die Nationalgerichte anderer Leute herziehen.»

In Apulien angekommen, nahmen wir ein Taxi zu unserem ländlichen Selbstversorger-Häuschen. «Einen Kilometer entfernt gibt es einen Bauernhof, dort können Sie Käse und Honig kaufen!», sagte unsere Gastgeberin, «und auf einem Bauernhof zwei Kilometer entfernt, gibt es Wein und Oliven.» Es klang wundervoll italienisch. Aber als wir erwähnten, dass wir kein Auto hatten, verzog unsere Gastgeberin ungläubig ihr Gesicht. «Sie können hier nicht zu Fuss gehen. Niemand tut das. Es geht nicht ohne Fahrzeug!»

Wie recht sie hatte! Wir fanden heraus, was Stadtmenschen immer herausfinden: Der beste Ort für einen Spaziergang ist ein Park. Kaum hatten wir uns Richtung Käse-Mann auf den Weg gemacht, wurden wir von der engen Strasse weg in den Dreck gedrückt, von Lastwagen, die mit grünem Gemüse Richtung städtischem Abpackbetrieb donnerten. Wachhunde sprangen aus jeder Einfahrt. Wir flüchteten nach Hause, käselos, honigfrei. Wir nahmen den Bus zum nächsten Dorf und fanden heraus, was Nebensaison-

Feriengäste in Badeorten immer herausfinden: Die Restaurants sind geschlossen. Bis am 1. April. Drei Monate auf ein Abendessen warten, schien uns zu lange, deshalb suchten wir einen Supermarkt. Es gibt zwei Arten von Supermärkten auf der Welt. Es gibt die «frischen» – frisches Brot, frische Teigwaren, frische Kräuter – und dann gibt es jene, die ihre Regale nicht mehr auffüllen, seit Neil Armstrong seinen Fuss auf den Mond setzte.

Wir kamen zu Hause mit Zutaten an, die sehr an Astronauten-Essen erinnerten. Vakuumverpackter Käse, in Plastik geschweisstes Brot, Nudeln in einer Schachtel, deren Ablaufdatum nicht mehr lesbar war, ein Glas Tomatensauce, die vielleicht einmal rot gewesen war, und der teuerste Wein des Supermarktes: 3 Euro.

Im Küchenschrank fanden wir drei Salzpackchen von McDonald's, einige Krümel getrocknetes Basilikum und eine verbeulte Aluminiumpfanne, die aussah, als ob sie dazu benutzt worden war, einem Einbrecher eins über den Schädel zu ziehen. Meine Freundin hatte vorgehabt, einen Foodblog über unsere Reise zu schreiben. «Vielleicht nicht heute Abend», bemerkte sie. Es war wahr; nur ein Wort traf zu, und das war an diesem Tag schon benutzt worden. Dégoûtant.

Deutsch von Renate Dubach.
Das englische Original: www.htr.ch/sarah

Des Studenten königliches Besteck

Designer der Zürcher Hochschule der Künste entwarfen mit der Firma Berndorf Gastro-Besteck. Mit Erfolg: Roger Studerus' Sieger-Serie «Lareyna» ist bereits auf dem Markt.

FRANZISKA EGLI

Er habe zu Beginn ja kaum eine Ahnung gehabt, was es beim Besteck-Design alles zu beachten gelte, gibt er unumwunden zu Protokoll und lacht: Roger Studerus, mittlerweile abgeschlossener Industriedesigner der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK), der mit seiner Gastro-Besteck-Serie «Lareyna» die Luzerner Firma Berndorf so begeistert hat, dass diese sie produziert und soeben auf den Markt gebracht hat.



«Lareyna spielt auf die Zeit an, in der Besteck vorab den Königen vorbehalten war.»

Roger Studerus
Industriedesigner

Am Anfang der Erfolgsgeschichte stand die Aufgabe der 13 Industriedesign-Studenten, im Rahmen einer praktischen Diplomarbeit Besteck zu entwerfen. Dabei hat sich die ZHdK an Berndorf gewandt mit der Bitte, den Studierenden ihr Fachwissen über Besteckdesign zur Verfügung zu stellen. Bevor die Studenten auch nur den Hauch einer Idee entwerfen konnten, erhielten sie von der Firma Berndorf ein Briefing. «Damit wollten wir ihnen aufzeigen, was es punkto Gastro-Besteck zu berücksichtigen gilt, aber ebenso verhindern, dass sie zu extravagante, unpassende, aber auch nicht produzierbare oder gar zu teure Ideen entwerfen», erklärt Sandra Roth, Leiterin Marketing bei Berndorf. Zumal Besteck für die Gastronomie und Hotellerie anderen Anforderungen zu genügen hat als solches für den Retail. «Eine Gabel mit drei Zinken etwa oder ein überlanges Messer, das in keine Schublade passt, liegt in diesem Bereich nicht drin.»

Gastro-Besteck muss gefallen, gut greifbar und erschwänglich sein

Es gilt, so Roth, die richtige Mischung zwischen Funktionalität und Originalität, Ästhetik und Markenimage zu finden. Sprich: Gastro-Besteck darf nicht zu sehr polarisieren, sondern sollte im besten Sinne massentauglich sein, in den Proportionen harmonisch, gut greifbar und nicht zuletzt erschwänglich sein, erfährt Studerus, der das Briefing äusserst hilfreich fand. Bei der praktischen Umsetzung hat er sich schliesslich an dem orientiert, was ihm persönlich gefällt: dem klassischen

Silberbesteck mit seinen eher spitzen Zinken, den hohen Gabeln, den freischwingenden Messern, den geschwungenen Löffeln. Punkto Interpretation ging er zurück bis ins Mittelalter. «Der Löffel gilt ja als erstes Besteck überhaupt. Und so habe ich die Form der Laffe beispielsweise in Anlehnung an ein Schild aus dem Mittelalter kreiert. Und auch der Name der Serie, «Lareyna», spielt auf diese Zeit an, da das Essen mit Besteck damals vorab den Mitgliedern von Königshäusern vorbehalten war.»

Aus Holz oder im Stil der Calla

So sind während des ganzen letzten Jahres 13 Besteck-Serien entstanden, Prototypen, von denen sich das dreiköpfige Gremium der Firma Berndorf regelrecht begeistert zeigt. Viele Ideen hätten durchaus gefallen, erzählt Sandra Roth. «Etwa ein Modell mit Holz, das aufgrund des Materials aber nicht ganz gastrotauglich ist. Oder die Serie im Stil der Blume Calla. Sie

passt durchaus in ein trendiges Restaurant. Für den klassischen Gastro-Bereich ist sie aber doch etwas zu verspielt.»

Gewonnen hat schliesslich Roger Studerus' «Lareyna» mit seiner schlichten, aber eleganten, schlanken, fließenden Formsprache. Dem Gremium gefiel vor allem auch «das Kantige, besonders dieser klare Knick zwischen Griff und Mundstück», wie Sandra Roth erklärt. Mit einer völlig anderen Formgebung besticht «Moment», der zweite Platz. Die Serie von Ivo Mauch zeichnet sich durch weiche, breite Formen aus und gemahnt an Slow Food: Die Besteck-Stücke sind mit einer leichten, von blossen Auge fast nicht erkennbaren Vertiefung versehen, die dem Geniesser den Moment des Essen bei jedem Bissen bewusst machen soll. Der dritte Platz schliesslich gebührt Pete Bürgy und seiner Serie «doux/surprise». Bürgys Markenzeichen: Die Ess-Werkzeuge sind in ihrer Form eckig und verfügen über eine abgeflachte Rückseite. Mit dieser «Surprise» richtet der Designer das Augenmerk mitunter auf die französische Gastronomie, in der das Besteck gerne auch umgekehrt auf der Tafel platziert wird.

Die Wahl sei ihnen nicht leicht gefallen, betont Roth. Und so hätten sie beschlossen, nicht nur «Lareyna» in Produktion zu geben, sondern auch Platz 2 und 3 auf den Markt zu bringen. Mauchs «Moment» ist für Ende dieses Jahres vorgesehen, Bürgys «doux/surprise» per Ende 2015.



«Lareyna» von Roger Studerus überzeugte die Jury mit seiner schlanken, schlichten und eleganten Formsprache und den scharfen Kanten.

ZVG

Gastrobesteck Zwischen Ästhetik und Funktionalität

Im Gegensatz zu Geschirr, das von den Köchen vorzugsweise auf die jeweiligen Speisen abgestimmt wird, wird das Tafelbesteck selten ausgewechselt. Doch auch dieser Tabletop-Bereich orientiert sich an ästhetischen Strömungen und funktionalen Trends.

Bei Gastroimpuls mit Sitz in Luzern etwa steht zurzeit das kleine, englische Familienunternehmen Robert Welch ganz hoch im Kurs, dessen hochwertige wie elegante Besteck-Serien in den trendigen W Hotels wie auch im Luxushotel Burj al Arab in Dubai zum Einsatz kommen. Der in zweiter Generation geführte Betrieb hat zuletzt mit der eigenwilligen Besteck-Serie «Molton» international von sich reden gemacht: Sie wurde letztes Jahr mit dem renommierten Red Dot Design Award 2013 ausgezeichnet. Und das legendäre Edelstahl-Besteck «RW I», das 1964 den begehrten «Design Center Award»

erhielt, gar im Museum of Modern Art in New York ausgestellt ist und längst als Design-Klassiker gilt, ist nun als «RW II» in einer aktualisierten Neuauflage

erhältlich. Als «moderne Klassiker» bezeichnet denn auch Mark Buchecker von Gastroimpuls die Designs des Familienunternehmens, die «weniger in einen kon-

ventionellen, aber hervorragend zu einem modernen, designorientierten Betrieb passen.»

Bei der Firma Hubert Schweiz AG, die nebst herkömmlichen

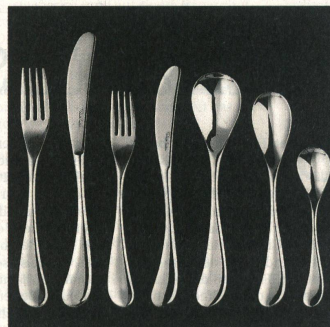
Gastro-Betrieben auch viele Caterer und System-Gastronomen zu ihren Kunden zählt und Hersteller wie Picard & Wipplitz, Harmonie Paris oder Amefa im Angebot hat, steht weniger das Design und die Optik als die Funktionalität im Vordergrund. Gerade in Spitälern oder Altersheimen, wo Tafelbesteck nicht nur möglichst langlebig, geschmacks- und geruchsneutral zu sein hat, sondern auch hohen hygienischen Standards genügen muss und mehrmals täglich industriell gewaschen wird.

«In diesen Bereichen wird das Augenmerk viel stärker auch auf funktionale Elemente wie die Schwere eines Messers beispielsweise oder die Spitze der Zinken einer Gabel gelegt», erklärt Geschäftsführerin Iris Mendi. Dies im Unterschied zum herkömmlichen Gastrobetrieb, bei dem es jeweils auch darum geht, dass das Besteck zum Haus und seinen Speisen passt.

fee



Klassisch: die Serie «Montego» vom deutschen Hersteller Picard & Wipplitz.



Ausgezeichnet: die Serie «Molton» vom Familienunternehmen Robert Welch.

Bilder zvg

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 1/2 · 9. Januar 2014

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



AUF DEN LEIM GEGANGEN

Während meiner Banklehre vor über dreissig Jahren hat ein Angestellter flüssigen Leim geschnüffelt. Täglich fand er wieder Arbeiten, welche den Gebrauch dieses Klebers «nötig machten». Alle wussten davon und belächelten sein Tun.

Mit Sucht bezeichnet man eine krankhafte oder zwanghafte Abhängigkeit von Substanzen oder Verhaltensweisen. Wenn Experten von Sucht sprechen, dann meinen sie immer eine psychische Störung. Sucht ist komplex. Sowohl bei der Entstehung als auch beim Bestehen der Sucht greifen viele Faktoren ineinander. Die eigene Biographie, die damit verbundene Lebenserfahrung, das soziale Umfeld sowie die Wirkungsentwicklung beim Konsum von Substanzen oder beim Verhalten. Dabei wird die stoffgebundene Sucht von der stoffungebundenen Sucht unterschieden. Zur ersten Gruppe gehören Mittel, die den Gehirnstoffwechsel und das zentrale Nervensystem beeinflussen. Kurz: Drogen, Alkohol, Tabak und Medikamente. Zur zweiten Gruppe zählen Verhaltenssüchte wie übermässiges Arbeiten, Fernsehen, Sammeln oder Essstörungen. Bei der «Hitparade» der zehn hartnäckigsten Süchte stehen mit der Kaufsucht, der Sexsucht, der Spielsucht und der Internetsucht vier Süchte vor der nur scheinbar führenden Alkohol- und Nikotinsucht. Es wird davon ausgegangen, dass von allen diesen genannten Süchten zumindest einer von zwanzig Menschen im Erwachsenenalter betroffen ist. Sucht geht alle an. Nebst den Betroffenen sind im privaten Bereich Partner,

Freunde, Nachbarn, Arbeits- und Vereinskollegen mehr oder weniger stark von den Abhängigkeiten Süchtiger mitbetroffen. Mitbetroffene können Verantwortung übernehmen, indem sie beobachten und Fragen stellen, um dann ihre Wahrnehmungen in der Form eines förderlichen Feedbacks an die Betroffenen zu spiegeln. Betroffene versuchen oft, sich selber auszutricksen, z. B. durch Zugriffsentzug. Betroffene sollten sich selber genauer beobachten, um sich ihrer Verhaltensmuster bewusst zu werden und zu lernen, sich zu kontrollieren und zu verändern. Oft geht das nicht ohne professionelle Hilfe. Sinnvolle Bewältigungsstrategien sind das Pflegen von sozialen Kontakten und sportliche Aktivitäten. Kurztests zu vielen gängigen Süchten finden sich unter www.suchtmittel.de.

Die unternehmerische Sicht

Unternehmen tragen direkte und indirekte Suchtkosten in enormer Höhe mit. Es gilt für die Führungsetagen nun dringend, das Suchtthema nicht länger unter dem Vorwand «Privates geht uns nichts an» zu verdrängen, sondern es zu enttabuisieren und im Unternehmen sachdienliche Instrumente aufzubauen. Unter www.suchtschweiz.ch finden sich Hinweise und entsprechende Instrumente.



René Moser
Gründer und Geschäftsführer
Human Excellence AG, Worblaufen
www.humanexcellence.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Formel für gute
Teamarbeit: 1 + 1 = 3»

Professor Siegfried Vögele

AGENDA

19. JANUAR

«Schnuppercamp»,
von hotelleriesuisse, in Grächen,
im Wallis
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

30. JANUAR

«Fachwissen für Postenleitung»,
vom Berufsverband Hotellerie-
Hauswirtschaft, im WäBi
Bildungszentrum, in Wädenswil
www.hotelgastrounion.ch

3. FEBRUAR

«Lernende trimmen sich fit», vom
Berufsverband Restauration, bei
Hotel & Gastro formation Aargau,
in Unterentfelden
www.hotelgastrounion.ch

20. FEBRUAR

«Flambieren und Tranchieren»,
vom Berufsverband Restauration,
in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

27. FEBRUAR

«Ausbildung zum Qualitäts-
Trainer Stufe 2»,
von hotelleriesuisse,
im Hotel Innere Enge, in Bern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

15. APRIL

«KOPAS-Kontaktperson für
Arbeitssicherheit und Gesund-
heitsschutz im Gastgewerbe»,
von hotelleriesuisse, im Seminar-
hotel Sempachersee, in Nottwil
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

Für nur 150 Franken können Sie hier ein

Stelleninserat schalten

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

www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Für Ihren Erfolg –
unser
Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Durchblick

**Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement**

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

Mehlsilos**Gefährdung:**

Verletzungen durch Austrags- und Fördereinrichtungen

Mögliche Sicherung:

- Es kann nicht in Fördereinrichtungen gegriffen werden. Beim Abschalten müssen die gespeicherten Energien (Restenergie in Zylindern, Druckspeichern usw.) vollständig und sicher abgebaut werden.
- Die Siloanlage ist durch den Servicefachmann regelmässig zu überprüfen.
- Filtertücher und -säcke auf Leckstellen überprüfen.
- Schmutz-, Staub- und Mehlablagerungen regelmässig absaugen.
- Defekte Kontrollgläser sofort ersetzen, lecke Stellen abdichten.

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

WAS NÜTZT DIE KONTROLLE DES L-GAV?



**STEFAN
UNTERNÄHRER**

Leiter Rechtsdienst,
Hotel & Gastro Union

Wer ehrlich ist und einen Vertrag abschliesst, der will, dass der Vertrag gilt. So ist es auch mit einem Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV): Er macht nur Sinn, wenn er in den Betrieben umgesetzt wird. Dies zum Schutz der ehrlichen Arbeitgeber und zum Schutz der in der Branche tätigen Arbeitnehmenden. Um die Umsetzung des L-GAV in der Branche zu gewährleisten, haben die Sozialpartnerverbände eine Kontrollstelle eingerichtet, die neben den Rechtsdiensten der Verbände die Durchführung des L-GAV in den Betrieben überwacht und notfalls durchsetzt. Jährlich werden in 2.000 zufällig ausgewählten Betrieben, in denen der L-GAV gilt, Kontrollen durchgeführt. Zusätzlich können Arbeitnehmende, die in einem Betrieb nicht nach L-GAV behandelt wurden und nicht die Möglichkeit haben, sich an einen Rechtsdienst zu wenden, eine Kontrolle ihres Arbeitsverhältnisses durch einen Inspektor der Kontrollstelle verlangen. Arbeitgeber, die bei der Umsetzung des L-GAV Fehler machen, werden informiert und aufgefordert, die Fehler zu korrigieren. Mit einer Nachkontrolle wird geprüft, ob der Betrieb die Fehler behoben hat. Stellt sich dabei heraus, dass der L-GAV im Betrieb immer noch verletzt wird, wird der Arbeitgeber gebüsst.

**MARC
KAUFMANN**

Leiter Wirtschaft und Recht,
hotellerieuisse



Die vertragsschliessenden Verbände sind zum Vollzug des Landes-Gesamtarbeitsvertrages (L-GAV) verpflichtet, was im Gastgewerbe durch die Kontrollstelle Basel vorgenommen wird. Die Inspektoren kontrollieren jährlich 2.000 Betriebe, welche anhand einer repräsentativen Stichprobe ausgesucht werden, und reagieren darüber hinaus auf Klagen der vertragsschliessenden Verbände oder einzelnen unterstellten Mitarbeitenden. Das heisst, die Kontrollstelle überprüft in sinnvoller Weise die Einhaltung der geltenden Regelungen, und es kann über diesen Mechanismus sichergestellt werden, dass die in der Theorie gleich langen Spiesse auch tatsächlich gleich lang sind. Die Kontrollresultate haben sich über die letzten Jahre kontinuierlich verbessert, was zeigt, dass die Massnahmen nicht nur angemessen, sondern auch zielführend sind.

Übrigens haben die Kontrollen in einer ersten Phase beratenden und informativen Charakter: Beim allerersten Kontakt eines Betriebes mit der Kontrollstelle werden (ausser bei einer fehlenden Arbeitszeiterfassung) keine Bussen ausgesprochen, sondern der Betrieb wird auf Fehler hingewiesen, was auch dazu führt, dass die Arbeitsplanung optimiert wird.

BUCHTIPP

MIT MINIMALEM AUFWAND MAXIMALE LEISTUNG

Unter dem Druck von Tagesgeschäft und Terminen geraten die «weichen Faktoren» oft in Vergessenheit. Diese Vernachlässigung wirkt sich auf den Alltag von Führungskräften fatal aus: Projekte scheitern, Managementsysteme funktionieren nicht, Veränderungen werden nicht umgesetzt, Budgets werden überschritten und Ziele nicht erreicht. Dieses Buch wendet sich an Führungskräfte, die ihre Effizienz erhöhen wollen. Es legt dar, wie durch die Erreichung einer auf Leistung und Vertrauen aufbauenden Unternehmens-, Führungs- und Beziehungskultur der persönliche Wirkungsgrad und die Zielerreichung steigen. Das Buch zeigt auf, wie Sie in Ihrem Team den Zusammenhalt stärken und mit weniger Managementaufwand ein besseres Resultat erzielen.

Yorck von Prohaska ist einer der führenden Managementberater der Schweiz. Seit 2000 ist er geschäftsführender Gesellschafter der Firma Prohaska Management Consulting in St. Gallen, die branchenübergreifend für internationale Kunden Unternehmensführungskonzepte entwickelt. Yorck von Prohaska lebt in Zürich.



«Business Energy»

Orell Füssli Verlag
Yorck von Prohaska
ISBN
978-3-280-05505-2
CHF 29.90

«Avec la CCNT, nous lançons un signe fort contre le dumping salarial et en faveur de rémunérations justes!»

Urs Zimmermann, directeur de l'hôtel Dellavalle, Brione

www.l-gav.ch



La convention collective de travail pour l'hôtellerie-restauration suisse: Bonne pour tous.

HOTEL & GASTRO
UNION
depuis 1886

syna

UNIA
Le Syndicat

SCA
SwissCateringAssociation

GASTRO SUISSE
Pour l'Hôtellerie et la Restauration

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association



Leiter Roche Forum Buonas (m/w)

Wer wir sind:

Bei Roche leisten 80.000 Menschen in 150 Ländern Pionierarbeit im Gesundheitswesen. Gemeinsam haben wir uns zu einem weltweit führenden, forschungsorientierten Healthcare-Konzern entwickelt. Unser Erfolg baut auf Innovation, Neugier und Vielfalt.

Auf der Halbinsel Buonas am Zugersee liegt das firmeninterne Konferenzzentrum mit 50 Gästezimmern, Seminarräumen, Auditorium für 250 Personen und Restaurant mit Terrasse zum See.

Was Sie erwartet:

Zur einmaligen Parkanlage gehört der historische Schlossbereich mit einem zum Clublokal umgestalteten ehemaligen Pferdestall. Das gediegene Zentrum bietet ein inspirierendes Umfeld und modernste Einrichtungen für audiovisuelle Kommunikation.

Ihre Hauptaufgaben sind die folgenden:

- Selbständiges Führen des Roche-Konferenzzentrums mit Hotelbetrieb und grosser Parkanlage
- Verantwortlich für eine Belegschaft von 40 Mitarbeitenden
- Führen von 7 Kadermitarbeitenden
- Verantwortlich für die strategische Ausrichtung der Roche Forum Buonas AG
- Verantwortlich für die nachhaltige Instandhaltung der Gebäude und Parkanlage unter Berücksichtigung aller Vorgaben

Wer Sie sind:

Sie sind offen für neue Ideen und hinterfragen konventionelle Denkmuster. Sie schätzen es, in einer leistungsorientierten Umgebung zu arbeiten, die von gegenseitigem Respekt, Diskussion und Zusammenarbeit getragen wird. Dann ist Roche für Sie der Ausgangspunkt für ein spannendes und internationales Arbeitsumfeld mit vielfältigen Entwicklungschancen.

Sie sind eine engagierte und dienstleistungsorientierte Persönlichkeit. Sie schätzen es, in einer leistungsorientierten Umgebung zu arbeiten, die von gegenseitigem Respekt, guter Zusammenarbeit und hoher Professionalität getragen wird. Sie haben eine abgeschlossene, eidgenössisch anerkannte oder gleichwertige Ausbildung an einer Hotelfachschule und Nachdiplomstudium der Betriebswirtschaft oder Hotellerie bzw. des Eventmanagements mit betriebswirtschaftlichem Anteil.

Zudem bringen Sie folgende Fähigkeiten mit:

- Direktionserfahrung in einem renommierten Hotelbetrieb, eingegliedert in Grosskonzern oder Hotelkette
- Erfahrung im professionellem Umgang mit anspruchsvollen internationalen Businessgästen
- Ausgeprägtes Unternehmerisches Denken und Affinität für Innovationen sowie Nachhaltigkeit
- Sehr gute IT- und Englischkenntnisse

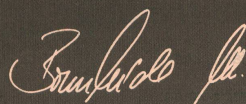
Job ID Nr.: 2837958146

Ansprechpartnerin HR: E. von Sivers, Tel.: +41 61 688 18 54

Machen Sie den nächsten Schritt und bewerben Sie sich online über unsere Homepage www.careers.roche.ch

Roche ist ein Arbeitgeber, der die Chancengleichheit fördert

*“Setzen Sie Zeichen.
Für ein besseres Leben.”*


Roche, Schweiz



Junges Küchenteam braucht Unterstützung!

Souschef/in

Jobcode hoteljob.ch: J73624

Hotel Restaurant Seemöwe AG
Hauptstrasse 54, 8594 Güttingen
071 695 10 10, e.harder@seemoe.ch

30340-10691

NEUERÖFFNUNG

«divino e classico»

Wir suchen auf März/April 2014 für unser neues süditalienisches Restaurant im Herzen der Stadt Luzern folgende kompetente Persönlichkeiten mit schweizerdeutscher oder italienischer Muttersprache:

Stv. Gastgeber/ Chef de Service (m/w)

jung, freundlich, initiativ, kompetent, gewinnend, verantwortungsvoll, fronterfahren

Gastronomiefachassistent (m/w)

jung, interessiert, aufgestellt, flexibel, begeisterungsfähig

Chef de Partie (m/w)

jung, zuverlässig, Freude an marktfrischer Küche

Senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen an Barest AG, Postfach 7034, 6000 Luzern 7, oder an info@barestag.ch

30359-10698

Wir sind ein bekanntes Fischspezialitätenrestaurant direkt am Bielersee und suchen auf **1. MÄRZ 2014** einen

KÜCHENCHEF

Für diese Vertrauensstelle erwarten wir:

- Gute Fachausbildung/Kenntnisse in der Fischküche
- Personalführung, Lehrmeister
- Selbstständigkeit, Initiative und Organisation
- Neue Ideen
- Sprachen Deutsch
- Alter 35- bis 40-jährig

Sie coachen eine kleine Küchenbrigade inklusive zweier Lehrlinge, stehen gerne selber am Herd, tätigen den Kücheneinkauf, die Menü- und Speisekartengestaltung, die Mitarbeiterplanung und vieles mehr. Sie sind stressgewandt und ihre Stärken liegen sowohl im A-la-carte- wie auch im Bankettservice.

Wir bieten: Selbständige, abwechslungsreiche Tätigkeit in einem gepflegten, renommierten, mittelgrossen Familien-Gastronomiebetrieb im Seeland.

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung.

Rest. Gottstatterhaus
z. Hd. Frau Marianne Römer
Neuenburgstrasse 18
2505 Biel-Vingelz
Info@gottstatterhaus.ch
www.gottstatterhaus.ch

30370-10754



Fasziniert Sie die Kombination IT und Hotellerie? Möchten Sie nach einer umfassenden Einarbeitung eigene Hotelsoftware-Projekte in der ganzen Schweiz betreuen und Ihre Kunden mit innovativen Lösungen vor Ort im Hotel, webbasiert in der Cloud oder auf mobilen Endgeräten nachhaltig unterstützen?

rebagdata ag | hotel management solutions

Als Schweizer Vertriebspartner der protel hotelsoftware GmbH und Preferred Partner von hotelieressuisse betreuen wir ein breit gefächertes und entsprechend spannendes Kundenportfolio. protel-Produkte bestechen durch erstklassige Funktionalität, erfrischende Innovationskraft, intuitive Bedienbarkeit und hohe Stabilität.

Unser Projektteam sucht eine hoch motivierte Verstärkung als

Projektleiterin/Projektleiter

Sie haben Ihre Hotelfach-Ausbildung erfolgreich abgeschlossen, kennen den Bereich FrontOffice aus vertiefter Erfahrung und sind auf der Suche nach einer langfristigen Herausforderung. Betriebswirtschaftlich sind Sie schon fit, und Technologie ist für Sie kein notwendiges Übel, sondern weckt Ihre Begeisterung.

Sie arbeiten engagiert auf ein Ziel hin, sind ausgesprochen belastbar und drücken sich in deutscher sowie französischer oder italienischer Sprache gekonnt aus. Ihr Denken und Handeln ist ebenso proaktiv wie dienstleistungsorientiert – und das aus Überzeugung! Zu guter Letzt sind Sie nicht nur fachlich, sondern auch sozial kompetent.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Online-Bewerbung an:

jobs@rebag.ch
rebagdata ag | Einsiedlerstrasse 533 | 8810 Horgen

Für zusätzliche Vorinformationen wenden Sie sich bitte an Walter Badertscher (044 711 74 10 oder 079 404 19 81)

www.rebag.ch

30348-10694

Rüddig, ufgschteilt, flink ond jong, 60–100%

CHEF DE RANG m/w

Unterlagen bitte vorzugsweise per Mail:
wirtshaus@taube-luzern.ch oder
Wirtshaus Taube, Burgerstrasse 3, 6003 LU

30360-10699



Reservationsleitung für Seminare und Gruppen (m/w)

Das Sunstar Alpine Hotel Grindelwald ist ein vielseitiges und aktives Haus, verfügt über 217 Zimmer, Wellness-Oase und Seminarräume mit fantastischer Aussicht.

In dieser interessanten Kaderposition sind Sie für die Reservation und Betreuung von Anlässen und Gruppen vom ersten Kontakt bis hin zur Rechnungsstellung verantwortlich. Dabei arbeiten Sie sehr eng mit der Direktion und dem Front Office zusammen.

Als Grundlage bringen Sie eine fundierte Ausbildung in der Hotellerie mit und konnten bereits Erfahrungen am Front Office oder der Reservation sammeln.

Sie sprechen Deutsch, Englisch sowie von Vorteil Französisch und haben gute Kenntnisse in Fidelio V8 und eventuell Sales & Catering.

Auch wir haben Einiges zu bieten:

Gute Weiterbildungsmöglichkeiten
Eine solide und starke Hotelgruppe im Hintergrund
Ein hohes Mass an Eigenverantwortung und Selbstständigkeit

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Foto an:

Yves P. Timonin, Gastgeber/Direktor
Sunstar Alpine Hotel Grindelwald
Dorfstrasse 168, 3818 Grindelwald/Schweiz
Tel. 033 854 77 77, E-Mail: direktion.grindelwald@sunstar.ch

30370-10754



Küchenchef

Gastronomie an der BERNEXP0
Mingerstrasse 6, 3000 Bern 22

per sofort

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



30473-10709



We are looking for «Pearls»!

As of march 2014 or by appointment following positions

- Japanese Chef (m / f)
- Japanese Cook (m / f)
- Japanese service employees (m / f)
- Chinese sales woman for store & hotel
- Korean sales woman for store & hotel

All applicants must have a B or C residence permit.

Are you ready for the challenge?
Then, we have found you!
We look forward to your applications!

For more information please call us at
033 826 03 50

Please send your complete application documents including Photo: Benilde Hofbauer, Vice-Director, Hotel Weisses Kreuz AG, Jungfrau Strasse 2, 3800 Interlaken, or direktion@weisseskreuz.ch



30357-10695



Das Thermalquellen Resort mit seinen drei Hotels und der vielfältigen Gastronomie ist direkt verbunden mit dem grössten Freiluft-Thermalbad der Schweiz und befindet sich an idyllischer Lage am Rhein mit Blick in den Schwarzwald.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir folgende ausgewiesene Kadermitarbeiter (m/w):

Restaurationsleiter Panoramarestaurant Stellvertretender Leiter Badrestaurant Gouvernante

Voraussetzungen für alle Stellen sind:
Entsprechende Berufsausbildung
Mehrere Jahre Berufserfahrung in einer leitenden Position
Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse
Freundliche Gastgeberpersönlichkeit
Flexibilität und hohe Einsatzbereitschaft

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an
Stiftung Gesundheitsförderung Bad Zurzach und Baden
z. Hd. Frau Astrid Ben Abdesslem
Badstrasse 33
CH-5330 Bad Zurzach
oder per E-Mail an a.benabdesslem@stiftungbadzurzach.ch

30349-10696

Betriebsleiter/in-Ablöse mit Kochfunktion

Diverse Personalrestaurants
in Zürich und Umgebung

per 01. Februar 2014

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



30370-10754



Für unser modernes 4-Sterne-Garni-Hotel mit 42 Zimmern suchen wir zur Ergänzung unseres Teams

Rezeptionist/in (m/w)

Zu Ihren Aufgaben gehören die Erledigung div. Korrespondenz, die Bedienung der Telefonzentrale, Check-in, Check-out, die tägliche Arbeit mit dem Reservierungssystem Protel sowie der Gästempfang, die Betreuung der Gäste und der Frühstücksservice. Muttersprache Deutsch, gute Kenntnisse in Englisch. Eintritt ab sofort in Jahresstelle.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und Lebenslauf.
Familie Arno und Nadja Liebenstein-Biner

Bewerbung an
Frau N. Liebenstein-Biner, Hotel Simi,
3920 Zermatt-CH; Tel.-Nr. 027 966 45 00
info@hotelsimi.ch

30371-10706



Ein Dorf rettet seine letzte Beiz! Wirt/in oder Wirt-Paar

Restauration Post, 8911 Rifferswil

Wir bieten

- Eine gastronomische Perle mit Potential im attraktiven Säuliamt
- Interessanter Mietzins (ab 7,5%)
- Preiswertes Kleininventar
- Auf Wunsch: Wirtwohnung

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Die ausführliche Stellenbeschreibung finden Sie auf:
www.poeskli-rifferswil.ch

IG Pöstli Rifferswil
Hauptkaserstrasse 4
8911 Rifferswil

30359-10669



Das Zentrum Breitenhof umfasst ein Alterszentrum mit rund 100 Bewohner/innen sowie eine Kinderkrippe und ein Tagesheim.

Wir suchen per 1. März 2014 oder nach Vereinbarung eine initiative und flexible Persönlichkeit als

Stv. Küchenchef/in 100%

der/die sich mit Freude und Leidenschaft für unsere Bewohner, Gäste und Mitarbeiter einsetzt.

Weitere Informationen über diese Stellen entnehmen Sie auf unserer Homepage:
http://www.breitenhof.ch/101/Kontakt/Offene_Stellen.html

Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto senden Sie an folgende Adresse:

Zentrum Breitenhof • Frau Andrea Voser •
Leitung Hotellerie • Breitenhofstrasse 12 •
8630 Rüti

30366-10702

Wir suchen nicht irgendwen – sondern Sie!

Produkte von Unilever berühren täglich das Leben von mehr als 2 Milliarden Menschen in mehr als 190 Ländern. Wir helfen Menschen, sich gut zu fühlen, gut auszusehen und mehr vom Leben zu haben – mit Marken und Leistungen, die gut für sie und gut für andere sind. Wollen Sie dazu beitragen?

Food Solutions ist ein Unternehmensbereich des Unilever-Konzerns und damit eines der weltweit führenden Foodservice-Unternehmen. In enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden bieten wir kundenorientierte Lösungen für die Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung – von der Planung des Angebots bis zum Verkauf.

Für unseren Bereich Food Solutions in Thayngen suchen wir eine/n

Koch/Köchin als Fachberater/in für Lebensmittel

Nicht irgendein Job: Als Fachberater/in für die ganze Schweiz erarbeiten Sie Konzepte und Unterstützungsmaterial für das Marketing und präsentieren diese bei in- und externen Ansprechpartnern. Zudem übernehmen Sie folgende Aufgaben:

- Präsentation und Schulung von Konzepten und Produkten für interne und externe Kunden auf Deutsch und Französisch
- fachliche Unterstützung interner und externer Entwicklungsabteilungen bei der Herstellung von Verkaufshilfsmitteln und -Konzepten
- Erarbeitung und Durchführung von Workshops, Schulungen und Events für externe Kunden sowie von Produktschulungen für das Verkaufsteam
- aktive Teilnahme an und Durchführung von internen Degustationen
- Unterstützung der Marketingabteilung durch Konzeptarbeit und Rezeptdienst
- Verantwortung für die Problembearbeitung und -lösung in Verbindung mit unseren Produkten
- Unterstützung der Kunden und Aussendienstmitarbeiter mit den eigenen Erfahrungen und Erkenntnissen im Umgang mit Unilever-Produkten

Nicht irgendwer: Sie bezeichnen sich als Koch/Köchin mit Leidenschaft und möchten Ihr grosses Küchen-Know-how mit Ihrem Verkaufsflair kombinieren. Ausserdem verfügen Sie über:

- abgeschlossene Berufsausbildung als Koch/Köchin, idealerweise aus dem sozialen Bereich, mit Weiterbildung als Spital- und Heimkoch/-köchin mit eidgenössischem Fachausweis
- sehr gute Präsentationsfähigkeiten auf Deutsch und Französisch
- Teamplayer mit Leidenschaft und Begeisterung für Lebensmittel, die er/sie auch vermitteln kann
- MS Office-Kenntnisse
- Koordinationsgeschick, Zuverlässigkeit, Ausdauer und rasche Auffassungsgabe
- kommunikationsstarke, einsetzfreudige, pragmatische und kommerziell denkende Persönlichkeit, die es gewohnt ist, selbstständig und pro-aktiv zu arbeiten
- Organisationstalent mit grosser Loyalität, sicherem Auftreten und hoher Vertrauenswürdigkeit
- Führerausweis und Reisebereitschaft

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem attraktiven Verkaufsgebiet. Starke Markenartikel, effektive Marketing- und Werbeunterstützung und attraktive Anstellungsbedingungen runden unser Angebot ab. Wenn Ihnen das Arbeiten in einem internationalen Konsumgüterunternehmen Freude bereitet und Sie sich mit hoher Leidenschaft für unsere Marken und Kunden einsetzen wollen, dann möchten wir Sie gerne kennen lernen.

Begeistert und neugierig auf mehr? Für weitere Informationen zu dieser Position kontaktieren Sie bitte Sonja Hui telefonisch unter der +41 (0)52 645 6609 oder per E-Mail an Sonja.Hui@unilever.com.

Bewerben Sie sich ausschliesslich online unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellungen und Verfügbarkeit unter:
www.unilever.ch

Could it be



30300-10668

Gastro Express

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

30050-9910



GEPFLEGT WOHNEN BIS INS HOHE ALTER

Per 1. Februar 2014 oder nach Absprache suchen wir einen

Jungkoch 100% (w/m) und Koch 100% (w/m)

Weitere Angaben zum Anforderungsprofil finden Sie unter den Stellenangeboten:
www.elfenauPark.ch

30471-10708

SPANNENDE FÜHRUNGSAUFGABE.

Es wartet auf Sie eines der besten und best ausgestatteten Wellnesshotels der Schweiz – persönlich und professionell geführt! F&B Outlets auf Gourmetstufe mit einer 75-zimmergrossen und direkt zum Thunersee hin gelegenen Hotelinfrastruktur verheissen dem 5-Sterne Hotel mit Grand-hotel Charme zu einem Vorsprung auf seine Wettbewerber. Ideale Ausgangslage für eine ambitionierte Fachperson mit Rezeptions-Führungserfahrung und Hotelfachschul-Abschluss, die mithelfen will, innerhalb eines dynamischen jungen Managements, neue Strukturen im F&B- und Rezeptionsbereich mit einem einzigartigen Angebot zu schaffen. Führungsgrundsätze: Vorbildfunktion, Delegieren, Fördern, Fordern und gelebte Wertschätzung des Teams.

ADMINISTRATIONS LEITER

Wenn Sie diese Herausforderung reizt und Sie einen lebhaften Betrieb an 365 Tagen im Jahr mitprägen möchten, so freut sich Peter Mennig, Direktor (peter.mennig@beatus.ch) Sie persönlich kennen zu lernen.

BEATUS Wellness- & Spa-Hotel
Seestrasse 300, 3658 Merligen



BEATUS
Merligen am Thunersee
Wellness- & Spa-Hotel
GRANDHOTEL-CHARME
DIREKT AM SEE.

30381-10671

Hotel- oder Restaurations- fachfrau/-mann

suchen wir für die Erweiterung des Room-Services des Kantonsspitals Graubünden.

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 Zentrumsplatz
- Vielseitige Fortbildungsmöglichkeiten
- Abwechslungsreiche Arbeitszeiten zwischen 07.00 und 19.00 Uhr

Arbeitspensum: 40 %

Stellenantritt: per 1. Februar 2014 oder nach Vereinbarung

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto unter Angabe der Referenznummer 114/13 an: Kantonsspital Graubünden, Personaldienst, Loiestrasse 170, 7000 Chur, www.ksg.ch

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

Das Kantonsspital Graubünden verfügt als Zentrums-spital der Südschweiz über ein sehr breites, spezialisiertes und qualitativ hochstehendes Angebot.



Kantonsspital
Graubünden

30342-10683

NUR WER LIEST, WIRD KLÜGER.

Sarkozys Ex erzählt, wie es wirklich war
 Chirac's Ex-Frau, 47 Jahre alt, hat die Geschichte von der Zeit mit Nicolas Sarkozy erzählt. Sie war seine erste Frau und hat mit ihm zwei Kinder. Sie ist jetzt in Paris und arbeitet als Journalistin.

Die Marathon in Paris
 Die Marathon in Paris wird heute mit einer Rekordzahl von 40.000 Läufern durchgeführt. Die Strecke führt durch die Stadt und endet am Eiffelturm.

Philippinen: Frieden mit Rebellen
 Die Philippinen haben einen Friedensvertrag mit den Rebellen unterzeichnet. Dies ist ein wichtiger Schritt zur Beilegung des Konflikts.

Kompetente Journalisten und Journalistinnen schreiben für Sie in Schweizer Zeitungen und Zeitschriften über Aktualitäten und ihre Hintergründe. Damit Sie besser informiert sind und sich eine eigene Meinung bilden können. Bestellen Sie jetzt per Mausclick ein Probeabo Ihrer gewünschten Zeitung oder Zeitschrift auf presseabo.ch und Sie nehmen automatisch an der Verlosung von 2 Renault Captur und 10 x CHF 1000.- teil. Ihre Schweizer Zeitungen und Zeitschriften.

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse

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

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22, 6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

htr hotel revue

Monbijoustrasse 130, 3001 Bern, www.htr.ch

Hotellerie* Gastronomie Verlag

Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern
www.hotellerie-et-gastronomie.ch

LEITUNG

Barbara König / Philipp Bitzer

REDAKTION

Barbara König, Telefon 031 370 42 39

Mario Gsell, Telefon 041 418 24 57

redaktion@stellenprofil.ch / redaktion@immoprofil.ch

ADMINISTRATION

Angela Di Renzo Costa, Telefon 031 370 42 42

angela.direnzo@htr.ch

Nicole Kälin, Telefon 041 418 24 44

nicole.kaelin@hotmail-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

Telefon 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23

inserte@stellenprofil.ch / inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen

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

Kaderrubrik Stellen s/w CHF 2.05 4-farbig CHF 2.57

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

Die Immobilienanzeigen werden automatisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00 während eines Monats auf www.htr.ch/immobilien 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

Martin Reznicek (Creative-Direction), Luka Beluhan, Ursula Erni-Leupi, grafilu (Illustrationen)

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:

Hotellerie* Gastronomie Verlag, Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39, 8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG, 6043 Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht / Serum Network, Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

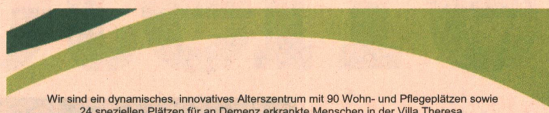
Reguläre Auflage 40.000 Ex.

Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom 16.1., 30.1. 13.2.,

3.7., 14.8., 28.8., 27.11., 11.12.)

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.



Wir sind ein dynamisches, innovatives Alterszentrum mit 90 Wohn- und Pflegeplätzen sowie 24 speziellen Plätzen für an Demenz erkrankte Menschen in der Villa Theresa.

Unser Restaurant Harfe ist nicht nur für die Bewohnerinnen und Bewohner sondern auch für Gäste aus der Umgebung geöffnet. Nebst den täglich wechselnden Angeboten im Restaurant Harfe (52 Sitzplätze), werden bei uns auch regelmässig Bankette und Anlässe gefeiert. Ebenfalls verwöhnt das Küchenteam auch zwei Mittagstische, Kindertagesstätten und die Spilex aus der Region.

Wir suchen nach Vereinbarung einen/eine

Stv. Küchenchef (m/w) Arbeitspensum 100%

In dieser abwechslungsreichen Stelle unterstützen Sie den Küchenchef im operativen Geschäft, bei der Führung der Mitarbeitenden sowie bei administrativen Arbeiten. Sie sind verantwortlich für die Qualitätssicherung und die Einhaltung der Hygienevorschriften.

In Zusammenarbeit mit dem Küchenchef planen Sie das Angebot und bringen Ihre Ideen aktiv ein. Des Weiteren unterstützen Sie das Küchenteam bei der Ausbildung der Lernenden.

Sie besitzen eine fundierte Berufsausbildung und ein paar Jahre Berufserfahrung als Köchin/Koch (Weiterbildung in der Diätik sowie Lehrlingsausbildung von Vorteil) sowie einen gültigen Fahrausweis. Sie verfügen über ein hohes Mass an Fach- und Sozialkompetenz sind teamfähig, kreativ, flexibel und arbeiten gerne im Team. Organisationsstärke und unternehmerisches Denken runden Ihr Profil ab.

Wir suchen eine Persönlichkeit, welche auch am Wochenende und an Feiertagen unseren Bewohnerinnen und Bewohnern sowie internen und externen Gästen kulinarische Leckerbissen zubereitet!

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freut sich Frau Carolin Dabovic, Personaladministration (carolin.dabovic@az-imbruehl.ch) auf Ihre Bewerbung.

Für Fragen steht Ihnen Pascal Bernet unter Telefon 061 756 33 70 gerne zur Verfügung.

Weitere offene Stellen finden Sie unter: www.az-imbruehl.ch



Bei uns steht der Mensch im Zentrum.

Verkaufsgruppenleiter/in Gemeinschaftsgastronomie



«Interessante und
vielseitige Aufgaben.»

weitere Jobs unter www.migros.ch

Die Migros Zürich betreibt im Wirtschaftsraum Zürich 130 Detailhandels- und 49 Gastronomiebetriebe, 5 Klubschulen, 5 Fitnesssparks, 13 Activ Fitness (Tochterfirma), einen Sport- und Erlebnispark sowie einen Golfpark. Im für uns noch jungen und erfolgreich wachsenden Geschäftsfeld der Gemeinschaftsgastronomie werden wir unter dem Brand «Catering Services Migros» immer mehr zu einem starken Player – unterstützen Sie uns dabei!

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Verkaufsgruppenleiter/in Gemeinschaftsgastronomie

Ihr Aufgabengebiet

- Führung einer Gruppe von Betrieben der Gemeinschaftsgastronomie
- Projektleitung bei Betriebsübernahmen und Umbauten
- Coaching und Unterstützung der Betriebskader
- Übergeordnete Projektarbeit im Rahmen der Strategie-Umsetzung
- Mitarbeit in Ausschreibungsprozessen und Präsentationen

Unsere Anforderungen

- Gastronomische Grundausbildung und höhere Ausbildung (z.B. Eidg. dipl. Hotellier/ière)
- Mehrjährige Erfahrung in der Führung einer Verkaufsgruppe der Gemeinschaftsgastronomie
- Hohe Kundenorientierung, Führungs- und Sozialkompetenz
- Projektleitungs- und Ausschreibungserfahrung, stilsicher in Wort und Schrift
- Flexible, einsetzfreudige, verantwortungsbewusste, motivierende Persönlichkeit

Ihr Gewinn

- Eine interessante Kaderstelle in der wachsenden Gemeinschaftsgastronomie der Migros Zürich
- Ein spannendes und dynamisches Umfeld, in dem Sie entscheidendes zum Erfolg beitragen
- Zeitgemässe Anstellungsbedingungen, hervorragende Sozialleistungen und Weiterbildungsmöglichkeiten in einem Grosskonzern

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto. Ihre Online-Bewerbung erfassen Sie bitte direkt auf unserer Stellenbörse unter www.migros.ch/jobs

Genossenschaft Migros Zürich

Verena Steiger, Leiterin Personelles/Ausbildung,
Pfingstweidstrasse 101, 8005 Zürich

MIGROS

Pächter oder Geschäftsführer

Jobcode hoteljob.ch: J73576

Gsteigstrasse 51, 3780 Gstaad

033 748 45 45, cdeplazes@alphorn-gstaad.ch

Die Propstei Wislikofen, Seminarhotel und Bildungshaus in Wislikofen, Nähe Bad Zurzach, hat eine spannende Stelle zu vergeben:

Mitarbeiterin Réception, 60%

Alle weiteren Informationen erhalten Sie auf unserer Website www.propstei.ch. Ihre Fragen beantwortet Claudia Mennen, 056 201 40 40.

Jung, interessiert, flexibel, teamfähig

CHEF DE PARTIE m/w

Unterlagen bitte vorzugsweise per Mail:
wirtshaus@taube-luzern.ch oder
Wirtshaus Taube, Burgerstrasse 3, 6003 LU



Für unser vielseitiges Restaurant auf der Luzerner Allmend, mit regem à la carte- und Bankettbetrieb, suchen wir per sofort

Sous Chef (m/w) 100%

Sie verfügen über eine abgeschlossene Kochausbildung, den Lehrmeisterkurs und erste Führungserfahrung als Sous Chef.

Betriebsassistentin 100%

Für die Betreuung unserer Gäste stellen wir uns eine aktive, aufgestellte und gepflegte Persönlichkeit vor, welche an der Front tätig ist und den Geschäftsführer in seiner Abwesenheit vertritt.

Haben Sie à la carte-Erfahrung und sprechen fließend Deutsch? Dann freut sich Herr Max Thoma, Geschäftsführer, auf Ihre Bewerbung.

Horwerstrasse 93, 6005 Luzern

www.wirtschaftschuetzenhaus.ch

Tel. +41 (0)41 317 01 10

info@wirtschaftschuetzenhaus.ch

SVIZZERA ITALIANA



Zur Vervollständigung unseres jungen Teams, als motivierte/r und fröhliche/r Mitarbeitende/r die ihren Beruf lieben suchen wir Sie!

Folgende Stellen sind für die kommende Sommersaison Mitte März bis ca. 31. Oktober 2014 zu besetzen:

- **1. Réceptionist/in** D/I/F mit Hotelerfahrung
- **Réceptionist/in** D/I/F mit Hotelerfahrung
- **2. Gouvernante** I-sprechend
- **Portier** Etage-Nacht Tournant I/D
- **Demi Chef de rang** D/I/F für Hp-Saal und à la carte
- **Commis de rang** D/I/F für Hp-Saal

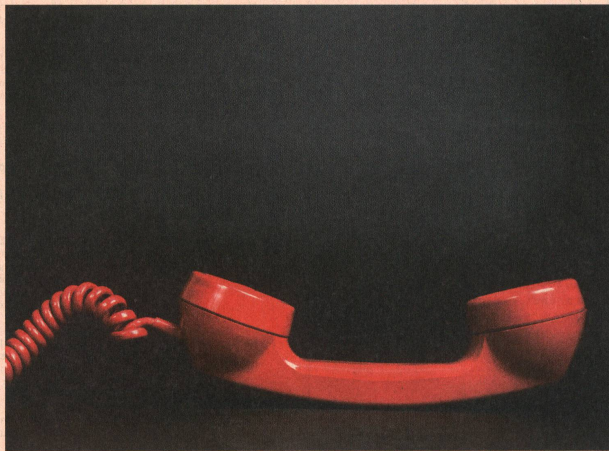
Fühlen Sie sich angesprochen?
Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung!

Natascha Rothermann
Direktions-Ass./Personalchefin
Via Sacro Monte 21, 6614 Brissago
Tel.: 091 786 81 11/Fax: 091 793 40 56
www.brenscino.ch
E-Mail: team@brenscino.ch



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

NEUE EPOCHE DER TELEFONIE



ISTOCK

Das Internet wird zur Grundlage vieler neuer Möglichkeiten und hält nun auch Einzug in der klassischen Telefonie. Internet und Telefon verschmelzen, ebenso Fix- und Mobiltelefonie. Die Telefonie der Zukunft ist einfach, individuell und flexibel.

Das Telefon ist im Hotelalltag ständiger Begleiter und unabdingbar, um intern oder nach aussen zu kommunizieren. Obwohl sich kaum ein Bereich so schnell verändert wie die Kommunikationstechnologie, werden Telefone auch noch morgen und übermorgen unseren Alltag prägen. Allerdings bietet der technische Fortschritt einige neue Möglichkeiten. Wo früher noch zwei separate Leitungen – eine für das Telefon, eine für das Internet – nötig waren, benötigt es heute nur noch einen Internetanschluss. Die internetbasierte Telefonie macht dies möglich. Dabei wird die Internet-Verbindung auch zum Telefonieren genutzt und das Telefongespräch nicht mehr als analoges Signal, sondern in Form digitaler Datenpakete übermittelt – genauso wie alle Angebote und Dienste im Internet. Bei der internetbasierten Telefonie-Lö-

sung erspart man sich fixe Installationen und Telefonanschlüsse im Hotel. Es werden so genannte virtuelle Telefonanlagen eingesetzt, bei denen Anpassungen per Knopfdruck vorgenommen werden können. Betriebsintern können sich die Bedürfnisse schnell ändern, etwa, wenn Arbeitsplätze geschaffen werden, die neue Telefonkanäle erfordern. Bei virtuellen Telefonanlagen können diese ganz einfach hinzugefügt werden, ohne dass extra ein Techniker vorbeikommen muss. Einzige Voraussetzung ist dabei eine vorhandene Internetverbindung.

Festnetznummer immer dabei

Dank der internetbasierten Telefonie verschmelzen aber nicht nur Internet und Telefonie, sondern auch Fest- und Mobilnetz. Bei der neuen Telefonie sind Telefonnummern nicht mehr an fixe Geräte gebunden. So können Mitarbeitende dank einer Art App auch mit dem Smartphone oder Laptop über die Festnetznummer telefonieren und sind unterwegs immer über diese Nummer erreichbar. Dies ist beispielsweise in einem kleineren Betrieb, bei dem die Réception nicht durchgehend besetzt ist, äusserst prak-

tisch. Die Mitarbeitenden haben die Festnetznummer gewissermassen in der Hosentasche dabei und sind für die Kunden immer erreichbar. Grössere Betriebe wiederum profitieren davon, dass bei der internetbasierten Telefonie firmeninterne Anrufe an andere Standorte immer über das Firmennetz laufen und dem Betrieb dadurch keine Telefonkosten entstehen. Ähnlich wie bei der Mobiltelefonie werden überdies auch bei der internetbasierten Telefonie Pauschaltarife immer mehr zum Standard. So eröffnet die neue Telefonie nicht nur in Sachen Flexibilität und Einfachheit neue Möglichkeiten, sondern kann auch in Sachen Budgetsicherheit einen Fortschritt erzielen.



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

HESSER

Unternehmensberatung

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

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

30238-100/6

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform
für Gastronomie,
Hotellerie und
Tourismus



**Liegenschaften verkaufen –
neu auch online**
www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue

DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

Schenken Sie Ferien.

Die Stiftung Denk an mich ermöglicht Ferien und Erholungsaufenthalte für Menschen mit Behinderung. Möglich wird das durch Menschen, die weiterdenken. Und mit einer Spende Ferien schenken.



PC 40-1855-4
www.denkanmich.ch

