

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 3

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: 10.08.2025

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



Jünger

Bardhyl Coli gehört mit 29 Jahren zu den jüngsten Hoteldirektoren der Schweiz. Der Chef im Waldhotel Davos will die Gäste verblüffen.

Seite 3

Grösser

Mit der neuen Verbindungsbahn wächst das Skigebiet Arosa-Lenzerheide auf 225 Pistenkilometer an. Frager ist nur, ob das ein Bedürfnis ist.

Seite 2

Höher

Nach 20 Monaten Umbauzeit ist das Crowne Plaza in Genf nun zwei Stockwerke höher. Und um 53 Zimmer grösser.

Seite 9

Appetitlicher

Pürierte Kost für Patienten fordern Spital- und Heimküche immer wieder aufs Neue heraus. Die ansprechende Präsentation ist eine Knacknuss.

Seite 15

Inhalt
aktuell 2-5
people 6
cahier français 7-10
fokus 11-13
caterer & service 15-16
dolce vita 17-20

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE
hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

3-Sterne-Hotellerie

Superior im Trend

Die Anzahl 3-Sterne-Superior-Hotels steigt. Das zeugt vom grösseren Druck zur Differenzierung.

ALEX GERTSCHEN

Im 3-Sterne-Segment steigt die Zahl von Superior-Hotels rapide an. In den letzten zwei Jahren ist sie von 72 auf 102 emporgeschritten. Für die Auszeichnung können sich seit 2006 3-, 4- und 5-Sterne-Hotels, seit 2011 auch 1- und 2-Sterne-Betriebe qualifizieren. Doch haben bisher vor allem Luxushotels diese Möglichkeit genutzt.

Thomas Allemann, der Leiter der Mitgliederservices von hoteliersuisse, hält die Zunahme bei den 3-Sterne-Superior-Betrieben für einen Trend. Angetrieben werde er durch den steigenden Druck zur Differenzierung. Allemann erwartet künftig auch im 1- und 2-Sterne-Bereich eine wachsende Anzahl ausgezeichnete Hotels.

Sieben 3-Sterne-Hotels haben der htr hotel revue von ihrer Strategie erzählt, die sie mit der Superior-Auszeichnung verfolgen. Konsens ist, dass sich alle von der Masse der 3-Sterne-Hotels abheben und die Gäste mit einem Service überraschen wollen, der in vielerlei Hinsicht höheren Ansprüchen genügt.

«fokus», Seite 11 bis 13

Portes du Soleil

Impuls für Schweizer Seite

Ins französisch-schweizerische Wintersportgebiet Portes du Soleil wird sehr viel investiert. Innerhalb von zehn Jahren - seit 2007 - sind es insgesamt über 200 Mio. Euro. Da die grossen Wintersportorte auf französischem Boden liegen, entfällt ein entsprechend kleineres Stück des Kuchens auf die vier Schweizer Orte. Verringert werden konnte der bahntechnische Rückstand der Schweizer Bahnen gegenüber den französischen Anlagen. Dies, da innerhalb von acht bis zehn Jahren rund 50 Mio. Franken auf Schweizer Seite investiert wurden. Ein Schwachpunkt auf Schweizer Seite ist jedoch nach wie vor das Beherbergungsangebot: 100'000 Gästebetten im französischen Gebiet, 24'000 auf Schweizer Seite. Dies zeigt sich auch bei den Skipässen: Auf Schweizer Seite entfallen 60% auf Tageskarten, in Frankreich 60% auf 6-Tages-Pässe. Ziel ist nun die Erhöhung der Anzahl französischer Skifahrer auf schweizerischen Pisten. lb/dst

Seite 10



Franzosen sollen vermehrt die Schweizer Seite der Portes du Soleil kennenlernen (im Bild Les Dents du Midi, Les Crosets).

Portes du Soleil/Matthieu Vitré

Produkte-Trend

Köche entdecken Federkohl für sich

Wer in den USA auf gesunde Ernährung setzt und gleichzeitig hip sein will, isst Federkohl: das nährstoffreiche, satgrüne Gemüse ist bei Stars, auf Blogs und in In-Lokalen das Trend-Gemüse der Stunde. Hierzulande allgemein noch wenig bekannt, setzen es Spitzenköche bereits gezielt ein.

Seite 20

Höhere Berufsbildung

Mehr Geld für Weiterbildung

Wer sich heute nach der Lehre auf eidgenössisch anerkanntem Weg parallel zum Beruf weiterbilden möchte, muss das selbst finanzieren. Das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI will nun gleich lange Spiesse mit der Fachhochschul- und universitären Ausbildung und hat die ersten Entschiede gefällt: Teilnehmer der

Vorbereitungskurse für Berufs- und Höhere Fachprüfung sollen künftig finanziell direkt unterstützt werden und nicht die Anbieter der Kurse. Offen ist noch, wann sie das Geld erhalten, ob Zwischenfinanzierungen nötig sind und wie viel das Ganze den Bund kosten wird. «Die Beitragshöhe pro Absolvent und damit der gesamte Finanzie-

rungsbedarf ist gegenwärtig Gegenstand von Gesprächen», so Rémy Hübsch vom SBFI. Das letzte Wort wird das Parlament im Rahmen der BFI-Botschaftsberatung haben. «Die Zusatzaufwendungen müssen im Rahmen des Wachstums der BFI-Kredite finanziert werden», stellt Rémy Hübschi klar.

Seite 4 und 7

Kommentar

Wer übernimmt die VJC? Pokerrunde mit Dame



GERY NIEVERGELT

Sie wird noch immer notorisch unterschätzt, doch sowas ist für eine kluge Frau nicht notwendigweise von Nachteil. Die gebürtige Russin Ljuba Manz, die einst dem Hotelier Caspar Manz den Kopf verdrehte und seit dessen Tod das traditionsreiche Familienunternehmen Manz führt, hat intakte Chancen, mit der Übernahme der Luxushotelkette VJC den ganz grossen Coup zu landen.

Gewiss: Das Pokerspiel ist in vollem Gange, der Ausgang offen. Aber eines kann man sagen: Die Dame, die sich zur allgemeinen Überraschung an diesen Spieltisch gesetzt hat, ist nicht einfach eine hübsche Staffage. Sie spielt im Namen ihrer Familie hoch motiviert mit.

Letztendlich werden die Aktienpreise entscheiden. Aber ganz bedeutungslos sind emotionale Argumente für Aktionäre nicht, schon gar nicht für Kleinaktionäre. In dieser Hinsicht hat die traditionsreiche Hotelierfamilie mit Schweizer Wurzeln gegenüber den Mitbewerbern nicht nur Vorteile - sie wusste sie in den letzten Tagen medial auch gekonnt auszuspielen. Dagegen verhielten sich die Mitbieter lange passiv und schufen damit den Nährboden für Gerüchte.

Wie gross in Fahrt Ljuba Manz derzeit ist, zeigt eine diesen Dienstag publizierte Meldung. Gleichsam im Vorbeigehen hat sich die Familie Manz mit dem 3-Sterne-Haus Helvetia das dritte Hotel in Basel geschnappt.

Seite 5

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 03

www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk
Für Ihren unternehmerischen Erfolg - unser gemeinsames Beraternetzwerk
CURAVIVA.CH hotelleriesuisse

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf
HOREGO
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsstätten.
www.horego.ch

Gesucht: Bistrotisch
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch
hotel marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

Zeit haben für das wirklich Wichtige:
für Ihre Gäste.
rebagdata hotelleriesuisse protel

htr intern

Rechtsberatung für Hoteliers in der hotel revue



Sarah Hinri

Ab dieser Ausgabe veröffentlichen wir alle vierzehn Tage in der neuen Rubrik «Service» eine Auswahl allgemeiner Rechtsauskünfte zu Themen wie L-GAV, Arbeitsrecht, Sozialversicherungsrecht oder Gastaufnahmeverträge. Die Antworten auf Fragen unserer Leserinnen und Leser sowie von Mitgliedern von hotelierlesuisse gibt die ausgewiesene Expertin **Annette Rupp** (Bild), Projektleiterin Rechtsdienst bei hotelierlesuisse. Die Rubrik «Service» finden Sie jeweils im zweiten Bund zwischen «fokus» und «dolce vita»; diesmal auf Seite 16. gn



Die neue Urdenbahn als Verbindung von Lenzerheide nach Arosa wartet noch auf die Inbetriebnahme.

ZVG

Preiserhöhung um ein Vielfaches wett», ist Hunziker überzeugt. Christian Laesser dazu: «Das Gebiet soll auch durch den Gast als ein einziges Gebiet wahrgenommen werden, dies auch durch tarifliche Massnahmen.» Die 69 Franken für die Tageskarte seien angesichts der Grösse des Gebiets ein attraktiver Preis.

Bezüglich Rentabilisierung zeigt man sich optimistisch

Lassen sich denn die getätigten Investitionen überhaupt rentabilisieren? «Diese Investitionen sind Teil unseres Finanzplans. Wir sind überzeugt, dass sich die Skigebietsverbindung dank zusätzlicher Gäste und grösserer Bekanntheit auch finanziell auszahlen wird», so Thomas Hunziker. «Da beide Bahnen einermassen gut finanziert sind, sehe ich aufgrund der getätigten Investitionen keine finanziellen Probleme auf die Bahnen zukommen», kommentiert Christian Laesser. Es werde Potenzial für eine grössere Abschöpfung geschaffen. Dabei wirkten zwei Hebel: Die höhere Attraktivität werde einen positiven Impact auf zahlende Gäste haben und damit verbunden die durchsetzbaren höheren Preise. «Im Verhältnis zum Mehrwert, den der Gast mit dem Zusammenschluss und der damit verbundenen Attraktivitätssteigerung erhält, den höheren Frequenzen und der zu realisierenden Preiserhöhung, lassen sich die Investitionen wohl mehr als rentabilisieren», ist Jürg Stettler überzeugt.

Die Bergbahnen erwarten scheinlich die Abnahme der neuen Verbindungsbahn durch das Bundesamt für Verkehr (BAV). Die internen Abnahmen und diejenigen des BAV laufen seit Dezember, wie Thomas Hunziker, CEO der Lenzerheide Bergbahnen, erklärt. Bei diesen Abnahmen würden Bau, Elektrik, Mechanik, Seile usw. geprüft und eine Bergübung durchgeführt. «Heute Donnerstag stehen die letzten Abnahmen an. Danach warten wir auf die Bewilligung durch das BAV. Sobald wir diese haben, eröffnen wir die Bahn.» Wenn alles optimal laufe, könnte dies bereits am Samstag, 18. Januar 2014, der Fall sein.

Schweiz

«Historisches Hotel 2015» gesucht

Zum 19. Mal in Folge zeichnet die Jury «Das historische Hotel» oder «Das historische Restaurant» des Jahres 2015 für den bewussten Umgang mit historischer Bausubstanz aus. Neben dieser Auszeichnung wird in der Regel auch ein «Spezialpreis» vergeben, um besonderen Anstrengungen unter den Kandidaturen gerecht zu werden. Eigentümerinnen und Eigentümer resp. Betreiberinnen und Betreiber von historischen Hotels und Restaurants der Schweiz sind eingeladen, ihre Bewerbungen bis Ende März 2014 einzureichen.

www.icomos.ch/arbeitsgruppen/hotels-und-restaurants.html

Swiss vermeldet anhaltend hohe Passagierzahlen



ZVG

Im letzten Jahr beförderte die Swiss knapp 16 Millionen Passagiere. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Wachstum von 0,9%. Das Angebot an Sitzkilometern wurde um 3,7% erhöht und konnte aufgrund einer Steigerung der verkauften Sitzkilometer um 4,7% voll abgesetzt werden. Der Sitzladefaktor betrug 83,7% und lag über dem Vorjahreswert von 82,9%. Die Anzahl der durchgeführten Flüge sank um 2,9% auf 146.436.

Weko verhängt Bussen gegen Airlines

Zwölf Fluggesellschaften sind von der Weko mit insgesamt 11 Mio. Franken gebüsst worden. Ihnen wird vorgeworfen, Preise für Luftfrachtdienstleistungen abgesprochen zu haben. Von einer Strafe befreit wurde die Lufthansa und ihre Tochter Swiss. Sie hatten das Verfahren mit einer Selbstanzeige aus- gelöst. dst

Noch ein Skigebiet

Wenn die Verbindung Arosa-Lenzerheide Tatsache wird, erschliesst sich dem Wintersportler ein Gebiet von 225 Pistenkilometern. Ist dies aber auch ein Bedürfnis?

DANIEL STAMPFELI

Mit der neuen Verbindungsbahn Urdenbahn - dem Herzstück der Skigebietsverbindung Arosa-Lenzerheide - werden dem Schneesportler neu 225 Pistenkilometer zur Verfügung stehen. Entsprechend optimistisch schaut Thomas Hunziker, CEO der Lenzerheide Bergbahnen, in die nahe Zukunft: «Wir von den Bergbahnen erwarten eine Steigerung der Bekanntheit und rund 100.000 zusätzliche Ersteintritte pro Wintersaison. Von zentraler Bedeutung für uns ist die Anbindung der zahlreichen Hotelbetten aus Arosa.» Da Lenzerheide nur über knapp 2000 Hotelbetten verfüge, sorgen zukünftig die Hotelbetten aus Arosa für eine bessere Grundauslastung des Schneesportgebietes Arosa-Lenzerheide. Dieses bietet Platz für rund 28.000 Gäste pro Tag. «Arosa wird für Schnee-

sportler wieder attraktiver. Insgesamt eine Win-Win-Situation», so Hunziker weiter.

Grössere Skigebiete sind für Tagesgäste etwas weniger wichtig

Aber sind denn grössere Skigebiete mit sehr vielen Bahnen und Liften und noch sehr viel mehr Pistenkilometern überhaupt ein Bedürfnis? «Ja, definitiv, die Gäste suchen ein vielfältiges Angebot, sie möchten möglichst viele Optionen haben», ist Hunziker überzeugt. Auch Jürg Stettler, Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern, sieht dies ähnlich: «Untersuchungen zeigen, dass der Gast Destinationen mit einem grösseren Pistenangebot bevorzugt, insbesondere der Aufenthaltsgast.» Eine möglichst grosse Vielfalt an

Pisten schätzen auch Mehrgenerationenfamilien. Kinder, jugendliche und Erwachsene hätten oft unterschiedliche Bedürfnisse.

Dieser Aussage schliesst sich auch Christian Laesser, Leiter des Forschungszentrums Tourismus und Verkehr an der Universität St. Gallen, an, der gleichzeitig im Verwaltungsrat der Arosa Bergbahnen sitzt. «Der Aufenthaltsgast will Optionen und die Anzahl Pistenkilometer ist ein Mass für Optionalität.» Sicher profitieren werde Arosa mit einem bisher relativ kleinen Skigebiet. Mit der neuen Erweiterung würden Optionen für den Aufenthaltsgast insbesondere in Arosa geschaffen. In Lenzerheide registrierten die Bergbahnen mehr Tagesgäste als in Arosa.

Nach der Eröffnung der Verbindungsbahn wird der Preis der Tageskarte von bisher 65 auf 69 Franken erhöht, der 6-Tages-Pass von 313 auf 332 Franken. Diese Preise beinhalten neu auch den öffentlichen Verkehr zwischen Chur-Lenzerheide-Tiefencastel und Chur-Arosa. Einsteiger haben gemäss Thomas Hunziker sowohl auf der Lenzerheide wie in Arosa weiterhin die Möglichkeit, eine Einsteigerkarte für ein begrenztes Gebiet zu erwerben. Skipässe nur für die gesamte Seite Lenzerheide respektive Arosa wird es jedoch nicht geben. «Zusammen mit den Arosa Bergbahnen haben wir in diesem Sommer insgesamt über 50 Mio. Franken ins neue Schneesportgebiet investiert. Der Mehrwert für die Gäste ist enorm und macht die

Zankapfel West-Ost-Verbindung

Für das kommende Jahr planen die Lenzerheide Bergbahnen (LBB) den Bau einer weiteren Bahn. Ein Vierer-Sessellift zwischen Heimberg und Proschieri soll dereinst die beiden Taleseiten der Lenzerheide verbinden. Die Sesselliftentschärfung verschiedene potenziell gefährliche Kreuzungen mit den Langlaufloipen, Wanderwegen und Quartierstrassen, so die LBB. Im Rahmen einer ganzheitlichen Interessensabwägung habe sich der Verwaltungsrat einstimmig für die Variante Sessellift entschieden.

Die Umweltverbände Stiftung Landschaftsschutz Schweiz SL, WWF Graubünden, Pro Natura Graubünden und Mountain Wilderness haben Einsprache gegen den geplanten Vierer-Sessellift zwischen Heimberg und Proschieri erhoben. Die Umweltverbände bevorzugen eine Lösung mit Shuttlebus ohne neue Infrastruktur. Aber auch eine schmale Brücke mit einer Aufstiegschilfe (Skilift/Tellerlift) auf Seite Proschieri würden sie noch akzeptieren. Ganz zurück auf Feld eins müssten die Bergbah-

nen dennoch nicht, hielten die Umweltorganisationen in einer Medienmitteilung von November 2013 fest, in welcher sie die Einsprache begründeten.

Es gäbe durchaus Alternativen, welche den Anforderungen der Bergbahnen gerecht würden. Diese Alternativen wären umwelt- und landschaftschonender, unter anderem wären die Waldrodungen deutlich kleiner. Die Behörden seien bei ihren Entscheidungen grundsätzlich daran gehalten, die Landschaft zu schonen. Existiere eine land-

schaftsverträglichere Variante, müsse dieser der Vorzug gegeben werden.

«Im Rahmen des Plangenehmigungsverfahrens für die neue Sesselliftverbindung die Einsprachen und unsere entsprechenden Stellungnahmen derzeit vom Bundesamt für Verkehr geprüft. Ich bin zuversichtlich, dass wir die Bahn im Sommer 2014 bauen und auf nächsten Winter in Betrieb nehmen können», sagt Thomas Hunziker, CEO der Lenzerheide Bergbahnen. dst

Übernachungskosten in der Schweiz im 2013 nahezu auf Vorjahresniveau

Leichter Rückgang in den unteren Sterne-Kategorien, leichter Anstieg bei 4 Sternen und 4 Sternen Superior.

Die Hotelpreise in den bestgebuchten Sterne-Kategorien der Schweiz präsentierten sich gemäss dem deutschen Buchungsportal hotel.info im Durchschnitt 2013 kaum verändert (+0,13%/166,19 Franken). Die Entwicklung verlief jedoch je nach Sternekategorie unterschiedlich. In den Kategorien 2 Sterne und 2 Sterne Superior sanken die Preise gegenüber dem Vorjahr um durchschnittlich 2,26% auf 130,18 Franken. Auch in der nächsthöheren Kategorie (3 Sterne und 3 Sterne Superior) profi-

tierten Buchungskunden von etwas günstigeren Hotelzimmern (-0,65%, noch 144,70 Franken). Nur in der 4-Sterne- und 4-Sterne-Superior-Hotelkategorie mussten Zimmersuchende laut hotel.info etwas mehr ausgeben als ein Jahr zuvor. In diesen Kategorien stiegen die Preise im Durchschnitt um 1,26% auf 201,60 Franken.

Da sich die Inlandgüter in der Schweiz laut BFS um 0,4% verteuerten, blieb die durchschnittliche Verteuerung des Hotelangebots mit +0,13% unter diesem Wert. dst

Von Katastrophen verschont

Das Jahr 2013 war eines der sichersten Jahre in der Geschichte der Luftfahrt. Als sicherste Airline gilt Air New Zealand.

Trotz eines immer dichter gedrängten Himmels sind die grossen Airlines von Katastrophen weitgehend verschont geblieben. Beunruhigend bleibt aber die Zahl gefährlicher Zwischenfälle. Nach einer Bilanz der deutschen Datenbank Jacdec wurden im vergangenen Jahr weltweit 251 Menschen bei Unfällen in der Zivilluftfahrt getötet.

Die sicherste Fluggesellschaft der Welt ist Air New Zealand, gefolgt von Cathay Pacific aus Hongkong. Die Swiss verbesserte sich von Platz 33 auf Platz 32, während die Lufthansa, zu dessen Konzern die Swiss gehört, von Platz 11 auf Platz 18 fiel. Unter den Top Ten befinden sich aus Europa Finnair (3), British Airways (5) und die portugiesische TAP (7). Die Jacdec-Statistiker berücksichtigten für ihre Daten unter anderem die Totalverluste und schwere Zwischenfälle der letzten 30 Jahre.

Den schwersten Unfall gab es 2013 bei den koreanischen Asiana Airlines, als am 6. Juli eine

Boeing 777 kurz vor der Landung auf dem Flughafen von San Francisco durchsackte, auseinanderbrach und Feuer fing. Dabei starben drei Menschen. Auch die letzten vertretene Lion Air hatte beim Landeanflug einen Totalverlust zu verbuchen: Eine Boeing 737 stürzte am 13. April vor dem Bali-Airport Denpasar ins Meer. Alle 108 Insassen überlebten, vier erlitten schwere Verletzungen.

Das Schlusslicht der Liste belegt Lion Air, hinter der brasilianischen TAM Airlines, der Air India (57), der taiwanesischen China Airlines (58) und der Vietnam Airlines (59). dst

«Wir wollen unsere Gäste regelmässig verblüffen»

Stammgäste im Waldhotel Davos staunen nicht schlecht, wenn ihnen Direktor Bardhyl Coli das erste Mal die Hand reicht. Mit 29 Jahren gehört er zu den jüngsten Hoteldirektoren der Schweiz.

MELANIE ROTH

Bardhyl Coli, mit 15 Jahren wussten Sie: Sie wollen Hoteldirektor werden. Wie kam es dazu?
Ich habe ein paar Tage als Servicefachangestellter geschmeckelt und mich hat beeindruckt, wie die Direktorin alles mit Bravour gemeistert hat. Da wusste ich: Genau das will ich auch. Diesen Weg habe ich dann zügig verfolgt. Es ist ein Vorteil, wenn man früh weiss, was man will.

Zügig ist gut: Sie haben innerhalb von zehn Jahren alle wesentlichen Stationen der Hotellerie durchlaufen. Haben Sie nie gezweifelt?
Nein, nie. Ich habe auf diesem Weg sehr viele positive Menschen kennengelernt, die mich inspiriert haben. Wie zum Beispiel Simone und Ueli Lanz im Hotel Jägerhof St. Gallen, wo ich als Chef de Service tätig war und meine Leidenschaft zum Wein entdeckte.

Heute gehören Sie zu den jüngsten Hoteldirektoren der Schweiz. Welche Vor- und Nachteile bringt das mit sich?
Je älter man ist, desto mehr Erfahrung hat man – das kann negativ und positiv sein. Man macht gewisse Fehler nicht mehr. Andererseits geht man, wenn man jung ist, unbehelligter an eine Herausforderung heran. Man wagt etwas mehr. Grundsätzlich ist das Alter aber sekundär. Es geht darum, welche Werte man vermittelt und ob man mit Leidenschaft bei der Sache ist. Egal, wie alt man ist, Mitarbeitende merken sehr schnell, ob jemand selbst nach einem Crede lebt oder es nur vorgibt.

Wie reagieren Ihre Gäste auf einen so jungen Direktor?
Einige sind bei der ersten Begegnung etwas überrascht. Unser Hotel hat eine 100-jährige Geschichte und wir haben viele Stammgäste, die schon seit 30 oder 40 Jahren zu uns kommen. Von ihnen kriege ich manchmal einen Spruch das Alter betreffend zu hören – dann merken sie aber zügig, dass es keine Rolle spielt.

Mit acht Jahren sind Sie mit Ihren Eltern aus dem Kosovo in die Schweiz gekommen. Inwiefern hat Sie Ihr Migrationshintergrund geprägt?
Geprägt hat mich das sicher. In der Hotellerie lernt man unglücklich viele verschiedene Menschen kennen – man muss offen und

neugierig sein und da helfen mir meine Wurzeln bestimmt. Als ich mit meinen Eltern in die Schweiz kam, hatten wir keinen hohen Lebensstandard. Um diesen erreichen zu können, entwickelt man einen gewissen Ehrgeiz. Insofern ist man vielleicht eher bereit, intensiver und länger am Ball zu bleiben.

Seit Ihrem Amtsantritt steigen die Übernachtungszahlen im Waldhotel, es gehört zu den hundert freundlichsten Hotels der Schweiz. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

«Je raffinierter eine Aktion ist, desto grösser ist der Effekt, die Verblüffung.»

Bardhyl Coli
Direktor Waldhotel Davos

Gäste weiterempfehlen. Und ich kann auf gute Mitarbeitende setzen. Sie haben eine Vision, dafür arbeiten sie tagtäglich mit viel Leidenschaft.

Welche Vision sprechen Sie an?
Ein wichtiger Punkt ist die Gästeverblüffung. Unsere Kadermitarbeiter haben alle das Jahresziel, mindestens fünf Gäste zu verblüffen. Das bedeutet, dass man gut zuhören muss, Wünsche aufnimmt und daraus eine Aktion macht. Je raffinierter eine Aktion ist, desto grösser ist der Effekt, die Verblüffung. Das Ziel ist es, vom Gast die Rückmeldung zu erhalten: So was habe ich noch nie erlebt.

Haben Sie ein Beispiel einer erfolgreichen Gästeverblüffung?
Unsere Wellnessleiterin war auf einer Wanderung mit einem Gast. Die Dame hatte ihre Kamera vergessen und unsere Abteilungsleiterin machte an ihrer Stelle Fotos. Sie kam danach zu mir und sagte: Lass uns ein Fotoalbum machen. Das haben wir getan und es der Dame per Post zugeschickt. Oder ein anderes Beispiel: Unser Küchenchef wusste, wie gerne ein Gast unser Bircher muesli hat. Ihm haben wir eine Packung davon zusammen mit dem Rezept nach Hause geschickt. In beiden Fällen haben wir einen nachhaltigen Wow-Effekt erreicht.

Das Waldhotel war Inspiration für Thomas Manns «Zauberberg» und kann damit ein grosses geschichtliches Erbe vorweisen. Kann eine solche «Geschichte» auch eine Bürde sein?
Dass das Waldhotel literarisch verankert



Hoteldirektor Bardhyl Coli ist leidenschaftlicher Weinliebhaber.

Standpunkt

Botschafter im Schnee – die neuen Skilehrer



Skilehrer – ein Job, der nach Freiheit, Abenteuer, Dauerurlaub und Erfolg bei Frauen klingt. Das Klischee des braun gebrannten «Hansi-Hinterseer-Typs» hat aber definitiv ausgedient. Wer sind unsere neuen Skilehrer? Nach Schweiz Tourismus sind sie die kompetentesten und glaubwürdigsten Botschafter des Winters. Rund 7000 Skilehrer sind in der Hochsaison in rund 200 Skischulen täglich an der Gästefront für unser Tourismusland im Einsatz. Meist ausgebil-

«Der Skilehrer kennt sein Dorf und ist mit der Kultur und der Bergwelt vertraut.»

det als eidg. dipl. Schneesportlehrer verfügen sie neben skitechnischem Können über pädagogisches Geschick, beherrschen mehrere Sprachen, verfügen über Schnee- und Lawinenkenntnisse, haben viel Geduld, sind einfühlsam und tragen eine grosse Verantwortung. Der Skilehrer kennt sein Dorf und ist mit Kultur und Bergwelt vertraut. Er geht mit viel Engagement und auf sympathische Art auf die Bedürfnisse der Gäste, ob Jung oder Alt, ein. Das prägt den Aufenthalt und weckt die Lust, wieder an den gewählten Ferienort zurückzukehren. Unsere Skilehrer sind Gästebetreuer und Bezugspersonen erster Güte. Niemand betreut unsere Gäste näher und intensiver. Und was bieten wir im Sommer? Das Pendant des Skilehrers im Winter ist der Ranger im Sommer – ein noch sehr neues Berufsbild mit enormem Potenzial für unseren Sommertourismus.

* Ernst Baumberger ist Leiter Unternehmenskommunikation bei den Kraftwerken Oberhasli und ehemaliger Skilehrer.

Nachgefragt

«Wir haben das Agreement «Spirit of Davos» ins Leben gerufen»



Stimmen Sie als CEO von Davos Klosters Tourismus zu? Die Resultate von unangemeldeten Überprüfungen von Leistungsträgern – sogenannten Mystery Checks – zeigen, dass die Betriebe in der Destination Davos Klosters punkto Gastfreundschaft sehr gut abschnitten. Um dem Hochpreis-Image (Unfreundlichkeit) von Davos Herr zu werden, wurde das Agreement «Spirit of Davos» ins Leben gerufen. Die lokalen Gastronomen, Hoteliers und Vermieter von Ferienwohnungen haben sich damit verpflichtet, nicht mehr als 10 Prozent auf die Preise zu schlagen.

ist, ist ein USP, den man nicht kopieren kann. Es ist aber auch eine Verpflichtung, wir können nicht einfach alles über den Haufen werfen, sondern müssen uns in diesen Schranken bewegen. Aber die Vorteile überwiegen, denn Menschen lieben Geschichten.

Aufgrund der Geschichte zog das Waldhotel lange Zeit vor allem deutsche Gäste an. Mit der Eurokrise wurde das zum Problem. Konnten Sie neue Gäste gewinnen?

Ja, das hat sich sehr positiv entwickelt. Hatten wir vor fünf Jahren noch über 60 Prozent deutsche Gäste, kommen heute nur noch 40 Prozent aus Deutschland und 55 Prozent aus der Schweiz. Ausserdem finden viele Gäste, die während der Krise wegblieben, heute den Weg wieder zu uns.

Apriori Krise: Ende Monat treffen sich Politiker aus der ganzen Welt in Davos, um aktuelle Wirtschaftsthemen zu besprechen. Welche Bedeutung hat das WEF für das Waldhotel?
Das WEF ist sicher ein Zweig, von dem wir profitieren. Es ist aber auch

eine sehr anspruchsvolle Woche für alle, sie bedeutet mehr Aufwand als sonst. Schliesslich repräsentieren wir Davos und es ist unsere Pflicht, dass sich die Leute hier wohlfühlen.

Ist das neu eröffnete Intercontinental Hotel eine Konkurrenz für Sie?

Zunächst einmal ist das Haus ganz sicher eine Bereicherung für Davos. Aber natürlich, in der heutigen Zeit mit dem hybriden Kundenverhalten ist jedes Bett eine Konkurrenz. Allerdings auf eine belebende Art und Weise, weil man sich automatisch ständig damit beschäftigen muss, noch besser zu werden.

Wo wollen Sie in Zukunft noch besser werden?

Wir wollen die Kundenbewertungen und unsere Qualität hochhalten und eines der freundlichsten Hotels bleiben. Mittelfristig streben wir eine Ganzjahresauslastung von 80 bis 85 Prozent an. Langfristig stehen sicher weitere Investitionen an – gut möglich, dass weitere Objekte, ähnlich wie das vor einem Jahr gebaute Chalet Berghof Sertig, dazukommen werden. Konkret ist aber noch nichts in der Pipeline.

«In der heutigen Zeit mit dem hybriden Kundenverhalten ist jedes Bett eine Konkurrenz.»

Bardhyl Coli
Direktor Waldhotel Davos

Aus der Region

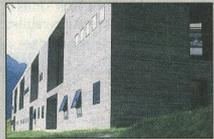
Bern

Zentrum Paul Klee: Leicht weniger Besucher

Im Jahr 2013 registrierte das Zentrum Paul Klee (ZPK) in Bern total 152 780 Besucher, 0,1% weniger als im Vorjahr. Im Vergleich dazu: Im Spitzenjahr 2006 wurden 231 874 Besucher gezählt. Auch finanziell habe das ZPK gut gewirtschaftet, wie dieses mitteilt. Nach 2012 werde das ZPK zum zweiten Mal in Folge einen positiven Jahresabschluss vorweisen können. Die genauen Zahlen sollen im Frühjahr im Geschäftsbericht veröffentlicht werden.

Graubünden

Remo Stoffel schreitet in Vals zur Tat



Die 7132 AG von Remo Stoffel startet laut der «Südschweiz» mit dem Umbau des **Thermenhotels** in Vals. Von April bis Anfang August werde das Hotel geschlossen. In dieser Zeit werde ein 18 bis 20 Mio. Franken teurer Umbau im Hotel realisiert. Stoffel soll bereits 15 Mio. Franken investiert haben – unter anderem für Landkäufe, Zimmerkäufe in den Appartementshäusern der Thermo und Immobilienkäufe.

Tessin

Neuer Stern am Südschweizer Hotelhimmel

In Orselina oberhalb von Locarno wird im April 2014 ein neues 3-Sterne-Hotel seine Türen öffnen. Es wird anstelle des bestehenden Hotels Garni Sorriso unter neuem Namen und mit einem veränderten Konzept weitergeführt, wie in einer Medienmitteilung kommuniziert wird. Walter Guyer, Besitzer der angrenzenden Liegenschaft Villa Orselina, erwarb das Hotel von Alberto Amstutz. Als Pächter übernimmt Christoph Schlosser die operative Leitung. dst

Geld für mehr Bildung

Wer sich neben dem Beruf eidgenössisch weiterbilden will, soll künftig Geld erhalten. Noch offen ist, wie viel das Ganze kostet und ob auch der Bundesrat sein Ja-Wort gibt.

GUDRUN SCHLENCEK

Wer heute vom Koch zum Chefkoch mit eidgenössischem Fachausweis oder vom Restaurationsfachmann zum Bereichsleiter Restauration aufsteigen will, muss die Kosten für die Weiterbildung aus der eigenen Tasche zahlen. Gegenüber der Fachhochschul- und der universitären Ausbildung eine massive Benachteiligung. Beiträge gibt es bei Berufs- und Höherer Fachprüfung nur für die Prüfungskosten: Seit letztem Jahr übernimmt der Bund bis zu 80 Prozent der Kosten. Die Ungleichheit soll sich ändern, zumindest wenn es nach dem Willen des

Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation SBFI und den Verbundpartnern geht. Im Klartext: Die Kosten der Vorbereitungskurse sollen in Zukunft nicht mehr Privatsache sein.

Wie viel das Ganze Bund und Kantone kosten wird, weiss keiner
«Gerechtigkeit gegenüber dem Tertiärbereich A ist der Massstab», betont Rémy Hübschi, Projektleiter Höhere Berufsbildung (HBB) beim SBFI. Wer die noch zu bestimmende Beitragshöhe erhält, hat die Steuergruppe des SBFI-Projekts Höhere Berufsbildung fürs Erste entschieden: Der sich Weiterbildende selbst und

nicht die Ausbildungsinstitution. Die im letzten Jahr diskutierte Angebotsfinanzierung ist damit erst mal vom Tisch. Ganz im Sinne der Branchenverbände wie hotellerieuisse: Bei einer Subjektfinanzierung besteht die Gefahr einer Einflussnahme seitens Bund auf Ausbildungsinhalte weniger.

Noch unklar ist, wann der Absolvent eines Vorbereitungskurses einer Berufsprüfung oder Höherer Fachprüfung die finanzielle Unterstützung erhält und wie viel. Wenn es nach dem SBFI geht, so soll sich die Beitragshöhe an der Tertiär-A-Stufe orientieren: Eine Berufsprüfung oder Höhere Fachprüfung soll den Absolventen nicht mehr teurer als ein Bachelorstudium kommen. Wie viel diese gleich langen finanziellen Spieße Bund und Kantone kosten würden, steht noch in den Sternen. Es bestehen noch nicht einmal Schätzungen, ist vom SBFI zu vernehmen. In den nächsten Monaten will das Amt diesbezüglich jedoch konkreter werden.

«Gerechtigkeit gegenüber dem Tertiärbereich A ist der Massstab.»

Rémy Hübschi
SBFI

fung zu koppeln. Aufgrund der Doppelfunktion der Vorbereitungskurse – Vorbereitung auf eidgenössische Prüfung und berufsorientierte Weiterbildung ohne Prüfung – muss gemäss Rémy Hübschi sichergestellt werden, dass die Prüfung auch wirklich absolviert wird. Eine Auszahlung nach der Prüfung würde jedoch einer deutlichen Benachteiligung gegenüber dem Tertiärbereich A gleichkommen und die Nachfrage nach HBB-Abschlüssen negativ beeinflussen. «Müssen die Teilnehmer der Vorbereitungskurse diese im Vorfeld selbst finanzieren, bietet das keinen Anreiz», verdeutlicht Claudia

Sollen Parifonds Geld vorzahlen?

Aktuell sehen die Projektgremien vor, die Gelder für die Vorbereitungskurse an das Absolvieren – nicht an das Bestehen – der Prüfungen zu zahlen. Ein Diskussionspunkt ist die Vorfinanzierung der Kurse über paritätische Fonds. Claudia Zürcher hält davon jedoch nichts: «Das ist zu kompliziert.» Bevor Geldflüsse über Dritte angedacht würden, müssten die Kernfragen auf den Tisch kommen, betont Zürcher: zu welchem Zeitpunkt, in welcher Höhe und auf welchem Weg gezahlt wird. Edu-suisse wird der Steuerungsgruppe nun einen eigenen Vorschlag, den «Edu-Bon», unterbreiten. Gemäss Zürcher ein Instrument der nachfrageorientierten Finanzierung, welches mit möglichst wenig administrativem Aufwand verbunden sein soll. «Letztlich wird der Bundesrat entscheiden, ob und



Das Vorbereiten auf die eidgenössische Prüfung soll in Zukunft keine Privatsache mehr sein. adf

Zürcher von edu-suisse. Ein diskutierter Vorschlag ist die Vorfinanzierung der Kurse über paritätische Fonds. Claudia Zürcher hält davon jedoch nichts: «Das ist zu kompliziert.» Bevor Geldflüsse über Dritte angedacht würden, müssten die Kernfragen auf den Tisch kommen, betont Zürcher: zu welchem Zeitpunkt, in welcher Höhe und auf welchem Weg gezahlt wird. Edu-suisse wird der Steuerungsgruppe nun einen eigenen Vorschlag, den «Edu-Bon», unterbreiten. Gemäss Zürcher ein Instrument der nachfrageorientierten Finanzierung, welches mit möglichst wenig administrativem Aufwand verbunden sein soll. «Letztlich wird der Bundesrat entscheiden, ob und

wie er die Vorbereitungskurse ab 2017 verstärkt finanzieren wird», relativiert Rémy Hübschi. Die diesbezügliche Aussprache findet nach der Sommerpause statt. Ein Stück näher rückt der «Professional Bachelor» respektive der «Professional Master» als Titelbezeichnung innerhalb der Höheren Berufsbildung. «Das HBB-Feld fordert die Einführung solcher Titel», zitiert Rémy Hübschi die Resultate einer Ende Jahr stattgefundenen internen SBFI-Tagung. Demgegenüber würden diese vom Hochschulbereich abgelehnt. Das SBFI analysiert nun die systemischen Auswirkungen einer solchen neuen Titelform. Das Ergebnis wird im Laufe des Frühjahrs kommuniziert.

Personalsuchende Bei Titelfrage sind viele unkompetent

Eine Arbeitsmarktbefragung des SBFI zeigt, dass nicht alle Rekrutierungsverantwortlichen Ausbildungen der Tertiärstufen A und B unterscheiden können: Jeder zweite nur kennt den Unterschied zwischen Höherer Fachschule und Fachhochschule, 58% zwischen Berufsprüfung und Höherer Fachprüfung. Einem Diplomzusatz kann die Mehrheit Positives abgewinnen, aber nur die Minderheit einem zusätzlichen englischen Titel.

ANZEIGE

Hier bestimmen Sie den Inhalt!

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insertate@htr.ch

htr hotelrevue

Alles für die Familie

Ljuba Manz und ihre Söhne meinen es ernst: Mit Engagement und cleverer Kampagne hält die Hoteliersfamilie im Übernahmekampf um die Luxushotelkette VJC mit.

GERY NIEVERGELT

Das erste Wort hat die Mutter. «Seit 1888, als Caspar Manz in Zürich das damals abgelegene kleine Hotel St. Gotthard kaufte, hat die Familie investiert und expandiert. Wir kaufen hinzu statt zu verkaufen.»

Im «St. Gotthard» empfängt die Familie nun zum Gespräch: Nebst Hotel-Erbin und Verwaltungsratspräsidentin Ljuba Manz sind es die Zwillingssöhne Michael und Alexander. Derzeit gehören der Familie ausser diversen Beteiligungen, etwa an der südamerikanischen Luxushotel-Gruppe Oro-Verde, fünf Schweizer Hotelbetriebe im gehobenen Segment. Das genügt ihr offenbar nicht. Über eine Tochterfirma ihrer Manz Privacy Group bietet die Familie für die Übernahme der Luxushotelkette Victoria Jungfrau Collection 277 Franken pro VJC-Aktie – deutlich mehr als die Konkurrenz. Das sind gegen 80 Millionen Franken.

Es geht um emotionale Werte wie Heimat und Identität

Der forsche Vorstoss sorgte für Überraschung. Noch immer wird die gebürtige Russin von vielen vorab als schillernde Jetset-Lady und weniger als Geschäftsfrau wahrgenommen.

Doch Ljuba und ihre Söhne meinen es ernst. Das haben sie in den vergangenen Tagen mit einer geschickt inszenierten Medienkampagne gezeigt. Ihre Botschaft



Liebäugeln mit den VJC-Hotels: Ljuba Manz und ihre beiden Söhne Michael und Alexander Manz.

© Graziella Vigo, Milano

an die umworbenen VJC-Aktionäre ist eingängig: Es geht um Heimat, Identität, Familie – Werte, die gerade in der Hotellerie verteidigt werden müssten. In den besten Händen seien die kriselnden Luxushotels der VJC bei einer familiär geführten Hotelgruppe in Privatbesitz und mit Schweizer Wurzeln – bei der Hoteliersfamilie Manz.

Das trifft die Konkurrenz an einem wunden Punkt. Die Aevis Gruppe, die den Poker um die VJC mit einem Angebot von 250 Franken pro Aktie eröffnete, hat Privatspitäler statt Hotels im Portefeuille und befand es lange nicht für notwendig, Transparenz über die Kaufabsichten zu schaffen. So befeuerte sie die Gerüch-

te, das Luzerner «Palace» und das Zürcher «Eden au Lac» würden demnächst zu Luxuskliniken umfunktioniert. Erst auf den wachsenden Druck aus Zürich reagierte die Gruppe um den Walliser Bauunternehmer Antoine Hubert und verstärkte sich im verschärften Übernahmekampf propagandistisch mit dem

«Wir schätzen das Engagement der Kleinaktionäre. Sie sind bei uns willkommen.»

Michael Manz
Manz Privacy Group

einflussreichen Zermatter Hotelier Christian Seiler.

Noch deutlicher richtet sich die Manz'sche Heimat- und Werteoffensive gegen den chinesischen Investor Yunfeng Gao, der sein Interesse an VJC wiederholt bekräftigt hat, ein konkretes Angebot jedoch bislang schuldig bleibt. Das «Palace», «Staatshotel» der Eidgenossenschaft, von

Chinesen geführt? Ein Szenario, das in der Hauptstadt und in politischen Kreisen nicht eben gut ankommt.

Jeder einzelne VJC-Kleinaktionär wird umworben

Für die Familie Manz ist es beste Werbung, gerade auch im Werben um die rund 7000 Kleinaktionäre, die man am liebsten jeden einzelnen persönlich über die Kaufabsichten informieren würde. Michael Manz, Spiritus Rector des Übernahmeverstärkers, zitiert aus Zuschriften besorgter Kleinaktionäre, die sich um die Identität der VJC-Hotels sorgen, und versichert: «Wir schätzen das Engagement der Kleinaktionäre. Sie sind bei uns willkommen.»

Ob der Coup gelingt, hängt allerdings massgeblich davon ab, ob sich die bedeutenden VJC-Aktionäre, wie die Berner Kantonalbank oder der Staatsfonds Ku-

wait, vom Angebot überzeugen lassen. Denn allen Bekenntnissen zu Familie und Heimat zum Trotz wird letztlich das Geld entscheiden.

Anzunehmen ist, dass Aevis ihr Angebot erhöhen wird. Eine weitere Weichenstellung ist am 23. Januar zu erwarten, wenn sich der VJC-Verwaltungsrat zum Angebot der Manz-Familie äussert. Diese gibt sich betont zuversichtlich, während sich VJC-VR-Präsident Beat Sigg – verständlicherweise – bedeckt hält. Man befindet sich, so Sigg, nun in einer «entscheidenden Phase».

Apropos Geld, eine letzte Frage an die Familie: Steckt hinter dem überraschenden Engagement womöglich ein russischer Investor? Unisono heftiges Dementi: Nein. Ehrenwort! Und das letzte Wort hat die Mutter, das Oberhaupt der Familie: «Ich gebe nicht Geld aus, das ich nicht habe.»

Aus der Region

Zentralschweiz Kunstmuseum Luzern registriert mehr Besucher



Alain D. Bollat

2013 ist das Luzerner Kunstmuseum gegenüber dem Vorjahr wieder auf grösseres Interesse gestossen. Insgesamt besuchten fast 40 000 Personen die Ausstellungen. Dies entspricht einem Zuwachs von rund 2000 Besuchern. Am 7. März startet der Betrieb sein neues Museumsjahr 2014. Eröffnet wird dann der diesjährige Sammlungsschwerpunkt mit der Ausstellung «Ins Offene! Landschaftsdarstellungen von Ferdinand Hodler und Robert Zünd bis Max von Moos».

Keine Hotels für temporäres Altersheim



travelpetar/fotolia

Von Herbst 2014 bis Frühjahr 2016 wird die Alterssiedlung Sunnezil in Meggen um- und ausgebaut. Ein temporäres Domizil für ihre 110 Senioren fand sie in drei Hotels in Weggis. Doch der Weggiser Gemeinderat sieht dies anders. Die Umnutzung von drei Hotels in ein Seniorenzentrum sei nicht zonenkonform. Die drei betroffenen Hotels – Beau-Rivage, Central am See, Frohburg – lägen in der Kur- und Hotelzone. Diese dürfe ausschliesslich für Hotellerie, Tourismus und Erholung genutzt werden. dst

Jugendherbergen steigern 2013 erneut Übernachtungen und Umsatz

Mehr Schweizer, Asiaten und die willkommene Rückkehr der Deutschen sorgen für Wachstum.

Die Schweizer Jugendherbergen blicken auf ein gutes Jahr 2013 zurück. Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten die Logiernächte gegenüber dem Vorjahr um 3,4% auf 955 412 und der Umsatz um 2,9% auf 44,3 Mio. Franken gesteigert werden. Gegenüber 2012 stieg die Anzahl der Schweizer Gäste um 2,3%. Die Gästezahl aus China konnte 2013 um 35,2% gesteigert werden, diejenige aus Südkorea gar um 43,1%, wie die Schweizer Jugendherbergen in einer Medienmitteilung schreiben. Erholt habe sich die Nachfrage aus Deutschland: 1% mehr Gäste aus Deutschland als im Vor-

jahr hätten 2013 in den Jugendherbergen genächtigt und dort total 106 556 Logiernächte verbraucht. Für das laufende Jahr stehen zwei gewichtige Neuerungen an: der Ersatzneubau der Jugendherberge Gstaad Saanenland mit 158 statt bisher 74 Betten und die Eröffnung des Wellness-Hostels in Saas-Fee. Laut Schweizer Jugendherbergen handelt es sich um das erste Hostel weltweit, das über ein eigenes Sport- und Wellnesszentrum verfügt. Die Investitionen für die beiden Projekte belaufen sich auf 22 Mio. Franken. Beide Betriebe eröffnen im Sommer 2014. dst



Im Sommer wird das Wellness-Hostel in Saas-Fee eröffnet. zvg

CI Programm für Hotel Terme Vals

Hotel Terme Vals

www.therme-vals.ch

Als Spezialisten für Corporate Identity konzipieren und realisieren wir umfassende Erscheinungsbilder. Dazu gehören auch einzigartige Websites. www.ciprogramm.ch

Ein Treffen im Zeichen der Fantasie

Innovationen, Ideen und Emotionen standen beim **12. Alpensymposium** am Dienstag und Mittwoch in Interlaken im Mittelpunkt. Beim Networking-Apéro trafen sich rund 400 Personen aus Tourismus und Wirtschaft.

SABRINA GLANZMANN

Grenzenlose Fantasie, das war das Motto des diesjährigen Alpensymposiums, das am Dienstag und Mittwoch in Interlaken stattgefunden hat. Veranstalter und Gastgeber Oliver Stoldt holte auch für die zwölfte Ausgabe der Veranstaltung hochkarätige internationale Keynote-Speaker ins Berner Oberland – darunter Wirtschaftsexpertin Beatrice Weder di Mauro oder Führungs- und Vertriebsexperte Andreas Buhr. Erstmals seit seinem Rücktritt 2012 stellte sich ausserdem der ehemalige deutsche Bundespräsident Christian Wulff ins Rampenlicht und berichtete über seine Erfahrungen als Wirtschafts- und Integrationspolitiker. Zeit zum Netzwerken gab es am Laurent-Perrier-Apéritif, wo sich rund 400

Personen aus Tourismus und Wirtschaft aus der ganzen Schweiz und dem angrenzenden Ausland rege austauschten.



Michael Lüthi, CEO Ferienverein (L), mit **Daniel Tschudy**, Berater.



Volle Reihen im Plenarsaal am **12. Alpensymposium in Interlaken**: Teilnehmer aus der ganzen Schweiz und aus dem angrenzenden Ausland hörten den Referentinnen und Referenten gebannt zu. Bilder: Fotos Schenk, Unterseen/zvg



Interlakenner Männerrunde (v.l.): **Marco von Euw**, Direktor Hotel Metropole, **Stefan Otz**, Direktor Interlaken Tourismus, **Fredi Daumüller**, Stv. Direktor Hotel Victoria-Jungfrau, **Stefan Ludwig**, Director Sales Hotel Victoria-Jungfrau.



Carsten K. Rath, Geschäftsführer LH & E Lifestyle Hospitality & Entertainment Management AG, **Sarah Hofer**, Betriebsassistentin Bergmatten, und **Oliver Stoldt**, Gründer und Gastgeber Alpensymposium (v.l.).



Stefan Graf, CIO Mövenpick Holding AG, **Fernando Lehner**, Vorsitzender Geschäftsleitung Matterhorn Gotthard Bahn, **Adrian Landtwing**, Leiter Seminar- und Kongresszentrum und Vizedirektor «Seedamm Plaza» Pfäffikon (v.l.).

Gelungenes Jubiläum im Aroser Schnee



Florian Schaible, Vizedirektor Tschuggen Grand Hotel, **Daniel Durrer**, Sporthotel-Valsana-Direktor und gefragter OK-Präsident des Swiss Snow Walk & Run, **Leo Maissen**, Direktor Tschuggen Grand Hotel (v.l.). Bilder: zvg



Gute Stimmung im Schnee: **Pascal Jenny**, Tourismusdirektor Arosa, **Lorenzo Schmid**, Gemeindepräsident Arosa, und **Rolf Bucher**, Direktor Sunstar Alpine Hotel Arosa (v.l.).

Über 1400 Läuferinnen und Läufer nahmen am zehnten **«Swiss Snow Walk & Run»** in Arosa teil. Das Jubiläums-Event fand am Wochenende bei besten Wetterbedingungen statt.

Der Lauf-Event «Swiss Snow Walk & Run» lockt jedes Jahr Läuferinnen und Läufer aus der ganzen Schweiz und dem nahen Ausland in die verschneite Bergwelt von Arosa – diesen Winter feiert der Anlass sein zehnjähriges Jubiläum. Auf der Startliste standen über 1400 Namen, was die bisher

höchste Beteiligung bedeutet. Die Läufer haben sich bei besten Wetterbedingungen in vier Distanzen gemessen: Short Distance, Long Distance, Crazy Distance und Halbmarathon, unterteilt in die Kategorien Running, (Nordic) Walking oder Schneeschuhlaufen. Beim Hauptrennen gab es einen Doppelsieg der beiden deutschen Läufer Stefan Hubert und Simone Raatz.

Die Organisatoren um Daniel Durrer, Direktor Sporthotel Valsana, haben sich fürs Jubiläum einiges einfallen lassen. So sorgte etwa das Komiker-Duo Oropax für Lacher und gute Stimmung am Jubiläums-Event. sag

Sesselrücken

Brigels, Waltensburg, Andiast SA ohne Direktor

Oliver Wirz (Bild) hat als Direktor der Bergbahnen Brigels, Waltensburg, Andiast SA das Unternehmen verlassen. Der Verwaltungsrat und



Oliver Wirz hätten in gegenseitigem Einvernehmen vereinbart, auf eine weitere Zusammenarbeit zu verzichten. Zur Sicherstellung der Kontinuität sowie der operativen Tätigkeiten wurde ein Ausschuss unter Leitung von VR-Präsident **Marcel Friberg** gebildet. dst

Ein weiterer vorzeitiger Abgang bei Steigenberger



Kerstin Skudrin, Direktorin des Steigenberger Alpenhotel und Spa in Gstaad-Saanen, tritt aus persönlichen Gründen zurück und wird interimistisch durch den Deutschen **Guntram Weipert** ersetzt. Wie zu vernehmen ist, habe Skudrin, die ihre Stelle im Dezember 2012 angetreten hatte, den Entschluss in gutem und gegenseitigem Einvernehmen mit der Steigenberger Hotel Group gefällt. gn

Gasthaus Krone wird von Exbanker gekauft

Konrad Hummler übernimmt als Unternehmer und Investor das Gasthaus Krone in Speicher AR. Der Betrieb soll nach einer sanften



Renovation als Kleinhotel mit Restaurant weitergeführt werden. Die bisherige Eigentümerin, **Elsbeth Egli-Hauri**, zieht sich aus Altersgründen zurück. Hummler war ehemaliger geschäftsführender Teilhaber der Privatbank Wegelin & Co. in St. Gallen. dst

Interne Lösung im Berner Hotel Schweizerhof



Iris Flückiger (36) wird per 1. Februar 2014 zum General Manager ad interim des Hotels Schweizerhof Bern ernannt. Sie war schon 2011 bei der Wiedereröffnung des Hotels dabei. Per 1. Juli 2013 wurde sie zum Resident Manager befördert. Als General Manager ad interim folgt sie auf **Michael Thomann**, der das Hotel Ende Februar verlässt, um ab April die Leitung der Sorell Hotels Switzerland zu übernehmen. dst

Rekordverdächtige 42 000 Gäste am FIS Ski World Cup in Adelboden

Auch Touristiker aus der Region liessen sich das **Ski-Happening** am Wochenende nicht entgehen.



Nicolas Vauclair, Geschäftsführer Lenk Bergbahnen, **Urs Pfenniger**, Resortmanager Adelboden-Frutigen, **Peter Zemp**, Direktor Blausee AG (hinten), **Doris Wandfluh**, Geschäftsführerin Kandersteg Tourismus, **Albert Kruker**, Direktor Lenk-Simmmental Tourismus. zvg



Philippe Rochat dans son rôle de jury du Bocuse d'Or, ici au côté de Roland Pierroz.

«Je n'ai jamais fait aucun concours»

A la veille de la finale du Bocuse d'Or Suisse qui se déroulera le 27 janvier au Sirha Genève, Philippe Rochat évoque son engagement, mais relative aussi la médiatisation des concours.

ALEXANDRE CALDARA

Philippe Rochat en tant que président de l'Académie Bocuse d'Or Suisse, comment voyez-vous son évolution?
Paul Bocuse a fondé le concours il y a vingt-cinq ans en Suisse autour de Frédy Girardet et d'Horst Petermann. Au début cela ne concernait qu'une dizaine de pays. Aujourd'hui, il s'agit d'un immense show culinaire qui s'étend sur trois continents. On peut parler de championnats du monde des cuisiniers, même si les chefs expriment une recherche personnelle.

Depuis quand vous en occupez-vous?
Lucien Mosimann voulait relancer le concours en 1997, il m'a demandé de l'aider, puis nous nous sommes affiliés au Cuisinier d'Or de Kadi. Le

Bocuse de Bronze international de Frank Giovannini nous a permis de créer l'académie. Le rôle des ambassadeurs qui recherchent les candidats et les préparent s'est élargi à la Suisse entière. Ils aident et coachent les jeunes. Frank nous apporte son expérience, il connaît la ligne du concours. L'organisation du Bocuse Europe à Genève en 2010, sous la direction de Roland Pierroz, a été un moment culminant.

Pourquoi les candidats suisses ne peuvent-ils pas rivaliser avec ceux du Nord de l'Europe?
Dans ces pays, dès qu'un candidat se qualifie pour la finale de Lyon, on le sponsorise pendant une année, il ne fait plus que cela. C'est trop! On considère qu'il met en valeur

l'ensemble de la cuisine du pays, alors que ce n'est qu'un concours de cuisine. Les Suisses continuent de travailler normalement et prennent sur le temps de congé pour le préparer. Alors on se débrouille bien avec Frank et Stéphane Decotterd, cinquième en 2009.

Un grand cuisinier doit-il passer par la case concours?
Je n'en ai jamais fait un seul et Girardet non plus. Les bons cuisiniers, je les remarque dans leur cuisine. Et en tant que jury du Bocuse d'Or, j'ai toujours privilégié le goût et la cuisson, pas le côté spectaculaire de l'esthétique du plat qui parfois domine. Mais cela reste un joli concours qui permet des rencontres internationales de qualité entre chefs et commis.

Donc l'essentiel est ailleurs...
Ce qui reste fondamental est de pouvoir bien manger et pas seulement dans des restaurants gastronomiques, mais partout, dans un café, une brasserie. Maîtriser une bonne choucroute, un bon bœuf bourguignon. Les jeunes ne doivent pas trop se laisser influencer par la médiatisation

«En tant que jury du Bocuse d'Or, j'ai toujours privilégié le goût et la cuisson.»

Philippe Rochat
Prés. Académie suisse Bocuse d'Or

Sirha Genève accueille la Coupe d'Europe de pâtisserie. Une première.

Le salon Sirha Genève propose sa troisième édition à Palexpo du 26 au 28 janvier. Ce rendez-vous franco-suisse des professionnels de l'hôtellerie, de la restauration et des métiers de bouche attend 12000 visiteurs et 200 exposants. Le salon ciblera spécialement l'hôtellerie à travers l'espace «Hôtels Pôle conseil». Au programme aussi un show autour du café torréfié par la Speciality Coffe Association of Europe, section suisse. Les grands moments du salon seront aussi liés à la gastronomie. Avec, le di-

manche 26 janvier, la Coupe d'Europe, sélection de la Coupe du monde de la pâtisserie 2015 et qui se tiendra pour la première fois à Genève. Les organisateurs la présentent comme «le spectacle le plus grandiose du monde pâtissier en Europe.» Claire Heitzler, du restaurant Lasserre-Paris, «chefe pâtissière de l'année 2013», selon Gault Millau, sera la présidente d'honneur du concours. Le trophée Chef & Designer proposera des binômes de chefs et de designers. [aca](http://www.sirha-geneve.com)

www.sirha-geneve.com

En bref

Suisse

Relais & Châteaux lance son premier Gourmet Festival

Pour fêter son 60e anniversaire, Relais & Châteaux organise son premier «Gourmet Festival». Durant toute l'année, des duos de chefs se mettront aux fourneaux chez des membres Relais & Châteaux, en Suisse et au Liechtenstein. La première soirée aura lieu le 23 janvier au Chalet d'Adrien à Verbier avec les chefs Patrick Bertron et Mirto Marchesi. Plus tard, le 10 avril, le Pont de Brent réunira Stéphane Decotterd et Jean-André Charial [lb](#)

Auberges de jeunesse: bonne demande d'Asie



Les hôtes asiatiques ont joué un rôle notable dans les «bons résultats» enregistrés l'an passé par les Auberges de jeunesse suisses. Le nombre de nuitées chinoises, par exemple, a progressé de 35,2% à 20 535 et celui des hôtes sud-coréens de 43,1% à 17 620. L'organisation, qui exploite 52 établissements et qui fêtera cette année son 90e anniversaire, a recensé au total 955 412 nuitées (+3,4%) et un chiffre d'affaires de 44,3 millions de francs (+2,9%). La demande allemande a progressé de 1% à 106 556 nuitées. [mh](#)

Valais

Vendanges 2013: petite récolte, mais...

La plus petite récolte depuis 50 ans. Tel est le résultat des vendanges en Valais. Environ 13% de raisins en moins ont été récoltés par rapport à l'année 2012. La récolte 2013 est inférieure de 19% par rapport à la moyenne des dix dernières années. «Après une série d'années chaudes, ce millésime 2013 se caractérise notamment par une acidité totale plus élevée. Elle apporte une fraîcheur bienvenue dans nos vins», lit-on dans un communiqué que vient de publier l'Etat du Valais. [aca](#)

Stratégie globale pour le wi-fi sur les pistes



Les remontées mécaniques de Crans-montana Aminona (CMA) ont mis en place une stratégie globale visant à équiper leur domaine skiable d'un réseau wi-fi à haut débit. Huit lieux offrent une connexion publique et gratuite, a révélé le quotidien «Le Nouvelliste». Des essais seront, par ailleurs, faits durant cet hiver pour tester l'usage, grâce à des antennes mobiles, du wi-fi dans les cabines des installations de remontées mécaniques. [mh](#)

www.crans-montana.ch

Soutien aux coûts de formation

La décision de verser aux participants les montants alloués à la formation professionnelle supérieure permet d'accomplir un important pas en avant, même si de nombreuses questions restent encore ouvertes.

GUDRUN SCHLENCZEK

Actuellement, la formation professionnelle supérieure (FPS) est fortement désavantagée par rapport aux hautes écoles spécialisées et aux cursus universitaires. Si les coûts de ces deux dernières filières sont presque entièrement assumés par la Confédération et les cantons, les seules subventions existantes pour la FPS couvrent les frais d'examen, qui ne représentent qu'une petite partie des coûts globaux.

Cette inégalité est cependant appelée à disparaître, à en croire les intentions du Secrétariat d'Etat à la formation, à la recher-

che et à l'innovation (SEFRI) et de ses partenaires associatifs.

Des montants d'un ordre de grandeur encore inconnu

Rémy Hübschi, directeur du projet FPS auprès du SEFRI, relève que le groupe pilote a déjà déterminé que les montants alloués seront versés au participant et non à l'institution. Cette approche correspond parfaitement aux souhaits formulés par les associations professionnelles à l'instar d'hôtelleries-suisse qui redoutaient dans le cas contraire le risque d'une intervention de la Confé-

dération sur le contenu des cours. Pour l'heure, les groupes de projet envisagent de verser cet argent lors de la tenue, mais non de la réussite de l'examen. En effet, compte tenu de la double fonction des cours – préparation à l'examen fédéral et perfectionnement professionnel non sanctionné par un examen – il importe de s'assurer selon Remy Hübschi que le candidat se présente effectivement à l'examen.

Claudia Zircher d'edu-suisse souligne qu'il «serait peu incitatif de demander aux participants d'avancer les frais de formation».

Elle précise en outre que le financement préalable par les fonds paritaires semble complexe à mettre en œuvre. Ainsi, edu-suisse soumettra prochainement sa propre variante «EduBon» qui s'accompagne de frais administratifs aussi réduits que possible. La décision finale sur le financement des cours préparatoires à l'examen incombera toutefois au Conseil fédéral qui se penchera sur la question à l'issue de la pause estivale.

Traduction-adaptation Jean Pierre Ammon d'un texte en page 4

En bref

Suisse

Hôtel historique: les candidatures sont ouvertes

Les candidatures pour la distinction «Hôtel historique/Restaurant historique de l'année 2015» sont ouvertes jusqu'à fin mars 2014. Ce concours récompense depuis 19 ans des établissements qui vouent un soin particulier à la mise en valeur de leur histoire. Il est mis sur pied par Icomos Suisse en collaboration avec hôtellerie suisse, GastroSuisse et Suisse Tourisme. Les distinctions sont attribuées à des établissements exploités depuis 30 ans au minimum. Le jury est présidé par Gerold Kunz, conservateur du patrimoine à Saint-Gall. www.icomos.ch/fr

La cour des grands

Les 22 et 23 janvier prochains, Montreux accueillera l'ouverture du sommet Genève-2, compensant le manque de disponibilité des palais genevois. Une vitrine mondiale.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

C'est une merveilleuse opportunité pour Montreux d'accueillir cette conférence. La qualité de l'organisation du Sommet de la Francophonie en 2010 n'y est sans doute pas étrangère», note Michael Smithuis, directeur du Montreux Palace. Son établissement accueillera l'ouverture du sommet Genève-2 sur la situation en Syrie.

Une merveilleuse opportunité, nonobstant la situation dramatique qui prévaut sur le terrain et qui jette des milliers de réfugiés dans des camps de fortune. En compensant pour deux jours (les 22 et 23 janvier) le manque de disponibilités des grands hôtels genevois tout occupés par les ex-

posants et les spécialistes du Salon international de la haute horlogerie (voir notre encadré), Montreux trouve une vitrine mondiale.

Mais cela ne va pas sans inconnues. «La seule chose que nous pouvons préciser est que l'hôtel sera fermé», explique Gisèle Sommer, responsable des relations extérieures du palace. Avant de compléter: «Les réunions plénières se tiendront au Petit-Palais, d'autres réunions plus ou moins formelles auront certainement lieu dans d'autres salons de l'hôtel. Pour le reste, nous ne pouvons pas dire quelles seront les restrictions de circulation, et nous ne savons même pas quelles seront les mesures de sécurité,



Les salons du Montreux Palace accueilleront la conférence.

ANNONCE

3^e édition

Besoin d'idées nouvelles ?

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

26-28 janvier 2014

Palexpo - Genève, 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

qui devraient être encore plus drastiques que lors du Sommet de la Francophonie.»

Ajoutons que certaines délégations seront logées au Suisse Majestic et que le personnel sera, bien sûr, dûment «badgé». De même que les propriétaires ou les gérants des commerces situés sur le front du bâtiment, sur la rue Claude-Nobs. Ceux-ci devraient pouvoir ouvrir leurs boutiques, mais ils ne pourront certainement pas recevoir de clients, hormis les membres des délégations.

Deux autres établissements de la station devraient également accueillir des hôtes, notamment l'Eurotel Riviera. D'autres établissements, à Vevey aussi, bénéficieront de la présence de ces hôtes venus pour l'occasion du monde entier. Quatre

cents journalistes sont notamment attendus. Difficile cependant de recenser ces présences. «La plupart, précise-t-on à l'Eurotel, ont réservé ou réserveront individuellement. Et il est bien difficile de savoir combien de ces hôtes individuels sont des journalistes, mais en tout état de cause, grâce au sommet, les résultats de janvier seront incontestablement bons pour tous.»

Le 2M2C (le Centre des congrès) mettra infrastructures et services à leur disposition. Une échéance que ne craint pas le directeur Rémy Crégut: «Nous avons déjà toutes les installations de liaison Internet et autres télécommunications. Cela nous permettra également de tester en situation notre nouveau centre informatique. Trois cents places de travail seront installées dans le

Miles Davis Hall, d'autres, sous forme de studio TV ou de salle d'interview, occuperont le reste des salles. Quant à l'organisation, ce sont les services spécialisés de l'ONU Genève qui seront à la rescousse.» Notons que les frais seront couverts par la Confédération et l'ONU selon une clé de répartition qui n'est pas connue. Côté police, on est pas beaucoup mieux renseigné, indique le ser-



«Cela nous permettra de tester en situation notre nouveau centre informatique.»
Rémy Crégut
Directeur du Centre de congrès

vice de presse de la Police cantonale vaudoise.

Sans donner les détails du dispositif, l'officier de presse, Jean-Christophe Sauterel, certifie que tout est sous contrôle. Sur le modèle de ce qui avait été appliqué lors du Sommet de la Francophonie en 2010: la police cantonale coordonnera le système en collaboration avec la police genevoise. Quel-

ques éléments de la protection civile, l'armée (tout ce qui concerne la sécurité aérienne est soigneusement défini par la Confédération), ainsi que des spécialistes de l'ONU seront présents. La sécurité rapprochée est définie par un règlement fédéral et doit être appliquée par les cantons qui disposent de spécialistes. Les plus importantes de la quarantaine de délégations attendues disposent de spécialistes dans leurs rangs.

A la commune de Montreux, enfin, on ne veut (ou ne peut) pas communiquer sur le thème, indique-t-on. Mais nul ne doute que la ville sera soignée et bichonnée. Ce sera le prix de la renommée pour que les quais aient le plus bel effet sur les écrans de CNN, d'Al-Jazirah-TV ou d'autres télévisions internationales.

Genève est occupée par le Salon international de la haute horlogerie

Les hôtels genevois ont déjà beaucoup de travail pendant l'un des salons les plus prestigieux au monde.

Le Salon international de la haute horlogerie de Genève (SIHH) proposera 30 000 mètres carrés d'exposition pour accueillir, du 20 au 24 janvier, seize prestigieuses marques horlogères et 12 500 invités haut de gamme, éminents spécialistes, détaillants et journalistes de ce monde de l'ultra-luxe. Voilà bien de quoi «bouter» hors de Genève pour cause de manque de disponibilité d'hébergement un sommet consacré à la situation en Syrie.

C'est dire si le SIHH, 23e du nom et qui a pour seul équivalent

dans le monde le salon Basel world, fait recette.

La Fondation de la Haute horlogerie a la charge exclusive de l'organisation de l'événement. Elle s'occupe de toutes les relations avec les hôtels et des réservations, allant jusqu'à assurer les services de bus-navettes entre les hôtels, l'aéroport et Palexpo où un parking lui est réservé.

Elle a été fondée en 2005 par trois géants du monde horloger, à savoir: le groupe Richemont, Audemars Piguet et Girard Perregaux.

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



www.sirha-geneve.com

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



Un événement



Le rendez-vous mondial restauration & hôtellerie

Le Crowne Plaza, quatre étoiles proche de l'aéroport, vient de présenter le résultat de 20 mois de travaux. L'hôtel gagne deux étages et augmente son nombre de chambres.

ALEXANDRE CALDARA

Le Crowne Plaza Geneva vient de présenter son nouveau visage. «20 mois de travaux, 40 millions d'investissement et pour ma part sept kilos perdus», synthétise avec humour Cypert Schwartz, directeur de l'établissement depuis 2008. Le quatre étoiles situé sur l'avenue menant à l'aéroport gagne deux étages de verre et d'acier en hauteur. Ils permettent la création de 53 chambres et sept nouvelles suites, portant le total à 366 chambres. Ceci afin de correspondre aux standards de la marque Crowne Plaza (notamment avec un huitième étage club comprenant un lounge privé). Marque avec laquelle l'ancien Ramada Park est affilié depuis le premier février 2011.

Jusqu'à fin 2010 c'est l'actuel Starling qui exploitait la franchise Crowne Plaza, à Genève. Cette franchise permet notamment d'intégrer le système de réservation de InterContinental Hotels Group: «Ce réseau de 60 millions de membres nous garantit un taux de réservation de 41%, contre 11% avec celui de Ramada», précise Cypert Schwartz. L'hôtel appartient à la famille saoudienne Al-Suleiman, par son groupe Rolaco, comme l'Intercontinental Genève. La totalité du chantier a été financé par les propriétaires.

Pour le directeur des ventes Max van Beurden, cette extension et cette rénovation devaient aussi permettre d'augmenter encore la clientèle «corporate» qui représente aujourd'hui 45% du marché (27% individuelle, 16% de loisirs et 12% pour les congrès et salons): «Nous aimerions arriver à 50% de clientèle commerciale, notamment en attirant dans ces étages haut de gamme des chefs d'entreprise, des hauts délégués des Nations Unies qui séjournaient auparavant plus facilement dans des cinq étoiles au bord du lac.» Et ce avec des nouvelles suites, entre 33 et 45 mètres carrés, offrant notamment de grandes baies vitrées et une baignoire ronde au centre de la chambre à coucher. On remarque leur esprit «loft» et les tons beiges et sobres de l'architecture



Le Crowne Plaza de Genève affiche fièrement son extension avec deux nouveaux étages sur le toit.

Jörg Brockmann

Des suites en couronne de verre et d'acier

d'intérieur taïwanaise Célia Chu. Une seule suite de 100 mètres carrés propose une grande terrasse. Elle pourrait trouver preneur pendant le Salon de l'auto, murmure-t-on. La proximité de Palexpo est un atout pour l'hôtel d'ailleurs prêt à accueillir le SIHH (voir page 8).

L'hôtel n'a jamais fermé pendant les travaux (commencés en 2012) un défi pour l'architecte genevois Alain Carlier: «C'était très délicat, il s'agissait d'occasionner le moins de nuisances possible. En installant le chantier sur l'arrière et la grue sur le toit, nous avons pu laisser libre le devant de l'hôtel.» En termes d'occupation le Crowne Plaza aimerait retrouver celle de 2011 «72% c'est une bonne moyenne pour un quatre étoiles à Genève», précise Max van Beurden. Il estime que des parts



«40 millions d'investissement et pour ma part sept kilos perdus.»

Cypert Schwartz
Directeur du Crowne Plaza Geneva

de marchés peuvent encore être gagnées le week-end et les mois creux comme août, notamment auprès de la clientèle du Moyen-Orient. Par contre il souhaite pouvoir augmenter le prix moyen des chambres de 30% et à terme entre 40 et 45%.

Dans cet hôtel connu des Genevois depuis 37 ans, d'abord sous le nom de Penta, les espaces publics ont aussi fait peau neuve, notamment cette réception argentine et subtilement froissée.

Enfin le concept de restauration a été entièrement repensé et précisément orienté vers la clientèle locale. Un bar ouvert de sept heures à minuit et nouvelle identité pour le restaurant Seventy5, ouvert en novembre. Le chef Peter De Smet y propose une cuisine qu'il souhaite urbaine, goûteuse avec service rapide. On saluera

dans son buffet des produits du terroir réinventés: le brochet en sushi ou le topinambour en purée.

Cela accompagne la modernité du décor où une batterie de casserole chromée remplit le plafond.

Genève Aéroport apprécie la proximité des hôtels et leurs navettes

Genève Aéroport voit d'un bon œil toutes rénovations d'hôtels: «Nous n'avons pas de relations contractuelles avec eux, mais cette proximité nous intéresse», précise Nicolas Simonin, responsable du développement tourisme et transports.

Sur la vingtaine d'hôtels du côté helvétique: «Six d'entre eux proposent des navettes et nous leur mettons à disposition un espace, certains hébergent les équipages.» Du côté français,

dans le pays de Gex, deux hôtels proposent des navettes. Ces dernières années l'aéroport a eu un contact direct avec les hôteliers à travers son programme «avantages» qui vise à drainer une clientèle de régions périphériques. «Dans ce cadre nous avons pu négocier un tarif commun avec les hôteliers selon la catégorie.»

Marc-Antoine Nissille, président de la Société des Hôteliers Genevois salue «des investissements hôteliers dans toutes les régions genevoises.»

Les gens

Un professionnel du cru pour diriger le Pays-d'Enhaut

Frédéric Delachaux dirige la structure Pays-d'Enhaut Tourisme depuis lundi. Il remplace Nicole Favre qui aura occupé cette fonc-



tion durant deux ans. Agé de 32 ans et titulaire d'un diplôme en économie d'entreprise HES, Frédéric Delachaux a dirigé durant 3 ans le Festival international de ballons de Château-d'Œx. Il a par la suite assumé divers mandats en tant que chef de projets dans une entreprise de communication et un bureau actif dans l'environnement.

Départ subit du directeur de Provins



Roland Vergères quitte la direction de Provins Valais, après 15 ans passés au sein de la coopérative, dont 13 ans en tant que directeur général. Selon le communiqué de Provins cette décision est prise «d'un commun accord avec le conseil d'administration, il quittera l'entreprise le 31 janvier après avoir assuré une transition optimale dans les dossiers.» Le conseil d'administration salue son engagement indéfectible pour la coopé-

Nouveau couple d'hôteliers dans la vallée de Joux

Laurence et Gérard Rey ont repris la direction de l'Hôtel de la Lande au Brassus, un trois étoiles de 28 chambres. Propriété du villa-



ge, il a été entièrement rénové. «Un magnifique outil de travail» et «une réelle motivation à le faire prospérer et à lui donner un caractère chaleureux», annonce le couple. Gérard Rey revient à l'hôtellerie après dix années passées comme gérant de la grande distribution à Genève. Son épouse dirigeait une société de communication. lb

Changins se repositionne

L'institution suisse de la formation en viticulture et œnologie repositionne ses trois écoles. Sous le chapeau «Changins», elle souhaite confirmer son statut de référence.

L'École d'ingénieurs de Changins s'appelle désormais «Changins». Une appellation générique pour embrasser la Haute école de viticulture et œnologie (Bachelor et Master), l'École supérieure de technicien vitivinicole (diplôme ES) et l'École du vin (Brevet fédéral). «Changins comme l'on dirait, toutes proportions gardées, Harvard ou EPFL», explique-t-elle dans un communiqué de presse. «Changins peut se targuer d'être devenue, en quelques années, la capitale suisse de la formation vitivinicole. Il fallait dès lors adapter l'habit aux circonstances.»

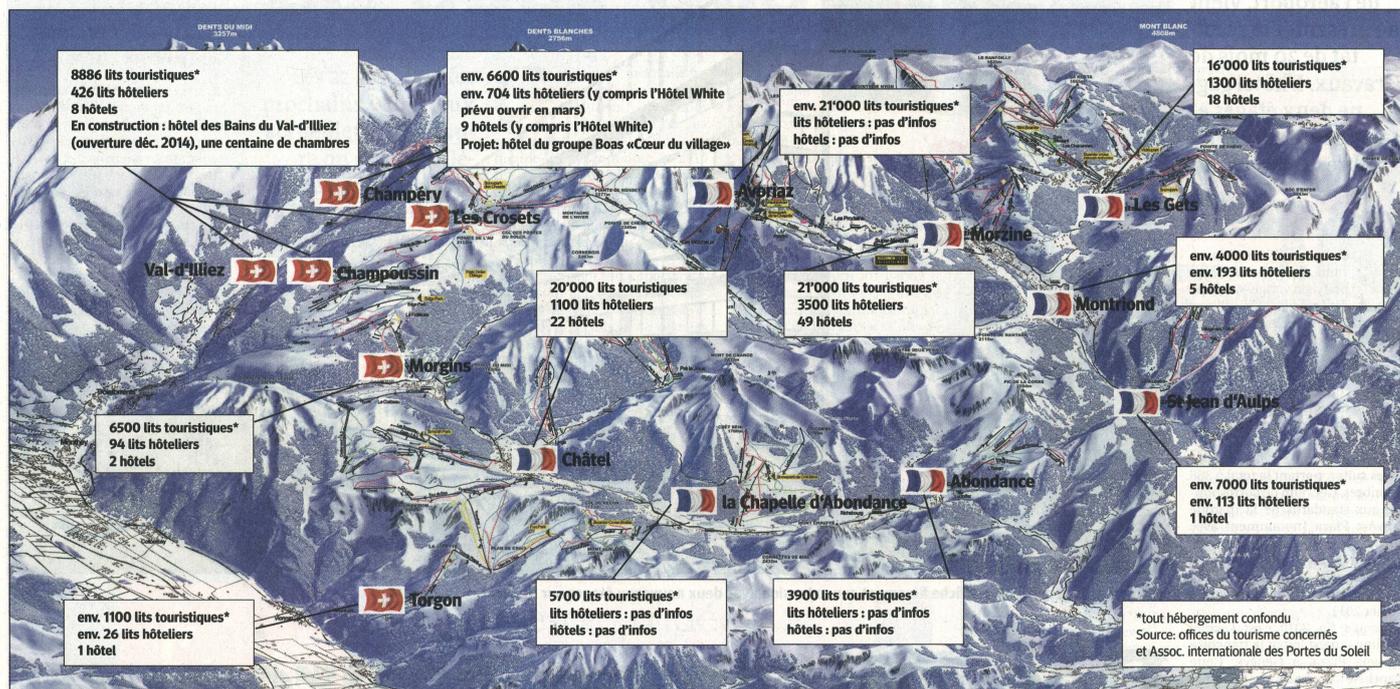


L'École d'ingénieurs de Changins professionnalise sa communication et redéfinit sa stratégie.

Ce repositionnement de l'institution suisse de la formation en viticulture et œnologie s'accompagne d'une nouvelle identité visuelle. «Elle met en avant l'excellence des formations dispensées, des services, de la recherche appliquée, du dynamisme et de la volonté d'être un établissement

de référence, à la pointe de la technologie, tout en restant garante des traditions du vignoble suisse.» Un service de communication avec un secteur marketing a par ailleurs été créé ainsi qu'un nouveau site internet. lb

www.changins.ch



L'offre en hébergement touristique des quatre stations suisses des Portes du Soleil est nettement inférieure à celle des huit stations françaises.

Graphique/Sarah Hinni

Un domaine, deux vitesses

Le domaine transfrontalier des Portes du Soleil est une grosse machine qui pousse les stations suisses et leur offre une visibilité considérable. Si le côté helvétique comble son retard au niveau des installations, il est encore à la traîne au niveau de l'hébergement.

LAETITIA BONGARD

Le domaine transfrontalier des Portes du Soleil a investi 20 à 25 millions d'euros chaque année pour ses pistes depuis 2007. «Nous prévoyons un investissement global de plus de 200 millions d'euros sur dix ans», a indiqué Georges Coquillard, président de l'Association internationale des Portes du Soleil lors de l'assemblée générale qui s'est tenue à Morgins. Mais quel rôle les quatre stations suisses jouent-elles au sein de l'un des plus grands domaines skiables, aux côtés de poids lourds tels que Avoriaz, Morzine ou Châtel? Quel rapport

de force pour quelle collaboration? «En termes de business, la France tire la Suisse. Mais les deux pays sont très complémentaires, les cultures différentes. Les Suisses ont un caractère plus sage, les investissements prennent plus de temps à être concrétisés, mais lorsqu'ils l'ont décidé, ils le font bien», observe Georges Coquillard. Au niveau des installations, le retard suisse est en train d'être comblé. «En l'espace de 8 à 10 ans, environ 50 millions de francs ont été investis sur le territoire helvétique», note Enrique Caballero, président de la nouvelle association de Promotion suisse des Portes du Soleil (PSPS) (lire ci-dessous). Dernier exemple en date: le nouveau télésiège de la Pointe de l'Au entre Champoussin et Les Crosets, inauguré cet hiver, d'un coût de 4,2 millions de francs.

100 000 lits touristiques en France, environ 24 000 en Suisse

En revanche, l'hébergement fait largement partie des points faibles des stations suisses (voir la carte). «On trouve près de 100 000 lits touristiques sur l'ensemble des stations françaises, contre 24 000 sur le territoire helvétique», estime Georges Coquillard. Une situation inégalitaire qui déploie ses effets sur le mode de consommation des skieurs: les forfaits journaliers représentent environ 60% des ventes du côté suisse alors que du côté français, ce même pourcentage correspond à la vente du forfait 6 jours. «Nous cherchons à augmenter le nombre de skieurs français du côté suisse; ceux-ci préfèrent le forfait sectoriel, contrairement à la clientèle

helvétique plus adepte du forfait international», observe Enrique Caballero.

L'hiver dernier, 468 000 forfaits internationaux ont été vendus, sans compter les forfaits sectoriels. Georges Coquillard se félicite de ce résultat, mais tempère: «Nous avons été un peu submergés par la demande de la clientèle, nous devons prioritairement miser sur la qualité plutôt que sur la quantité», plaide-t-il. Son objectif: que les Portes du Soleil deviennent numéro 1 des domaines skiables reliés au niveau mondial en termes de notoriété. «Elles occupent aujourd'hui la seconde place derrière les 3 Vallées, en France, qui regroupent les domaines de Courchevel, de Méribel, des Ménuires et de Val Thorens», dit-il.

Des événements pour consolider la visibilité du domaine

Les stations suisses jouent de cette visibilité. «Dans notre communication, l'appellation «Portes du Soleil» prime sur le nom de la station. Ce qui ne semble pas toujours être la règle chez nos voisins français, notamment les stations avec une marque forte», relève Enrique Caballero.

En termes de promotion, l'Association internationale des Portes du Soleil consacre 67% de son budget total, soit 1,4 million d'euros, à la communication. A ce montant s'ajoute la promotion des stations elles-mêmes. «Nous profitons des produits et événements mis sur pied par l'association, à l'image du festival Rock the Pistes avec une scène à Morgins et à Champéry-Les Crosets en hiver, et la randonnée de VTT Pass'portes

en été», note Eric Liechti, directeur de Champéry Tourisme. Relancé il y a dix ans, cet événement a établi la renommée estivale du domaine autour du VTT, avec le soutien du forfait Multipass. «Un été fort qui nous permet de garantir des prix bas en hiver, également en termes d'hébergement», explique Georges Coquillard. Une politique tarifaire sur laquelle les stations suisses ont dû s'aligner. Ce qui pourrait être perçu comme une contrainte de vient un

avantage concurrentiel, valorisé dans une campagne de promotion à destination du public romand.

Les Dents du Midi oubliées sur les spots promotionnels français

Que la France domine ne semble ni tabou, ni contesté. «Nous avons tout à gagner de cette collaboration, nous sommes complémentaires. Nous profitons de leur positionnement fort comme eux façonnent leur identité grâce à la Suisse», relève Eric Liechti. Un avis partagé par plusieurs de ses confrères. Un regret toutefois de Raymond Monnet, ancien président du groupement d'intérêt économique des remontées mécaniques au sein de l'association internationale: «Je trouve très dommage que les Dents du Midi n'apparaissent sur aucun spots promotionnels, alors qu'elles constituent le symbole de notre domaine...» Preuve qu'une collaboration réussie n'exclut pas quelques frustrations.

«Les deux pays se complètent. En termes de business, la France tire la Suisse.»

Georges Coquillard
Prés. Assoc. intern. Portes du Soleil



En chiffres L'histoire de 650 km de pistes

Le domaine skiable des Portes du Soleil regroupe 12 stations, dont 4 stations du côté suisse: Champéry, Morgins, Tignes et Val d'Isère-Les Crosets-Champoussin. Avec une superficie de 400 km², il constitue l'un des plus grands domaines skiables du monde. La première liaison, entre Champéry et Avoriaz, date de 1968; le premier forfait commun de 1969. Depuis 1976, l'Association internationale des Portes du Soleil fédère les acteurs socio-touristiques se partageant ce «territoire de vie», employant quelque 12 500 personnes. Le domaine compte 296 pistes pour 650 kilomètres de descente, 194 remontées mécaniques et 90 restaurants sur les pistes.

Promotion et marchés cibles

La promotion du côté helvétique est assumée depuis le mois de mai 2013 par l'association Promotion Suisse des Portes du Soleil (PSPS). «En nous réunissant, nous pouvons élargir les moyens promotionnels d'une grande station française», indique Enrique Caballero, président de l'association PSPS. Son budget de 800 000 francs devrait atteindre à terme le million de francs lorsque les communes de Troistorrens et de Viognaz l'auront rejointe. L'association compte pour l'heure sept partenaires représentant les communes, les offices du tourisme et les remontées mécaniques des stations concernées. Son objectif consiste à positionner la marque «Portes du Soleil» sur ses marchés prioritaires:

le bassin romand, la France, le Royaume-Uni, le Bénélux. «Nos actions en Suisse allemande servent de trait d'union avec les Portes du Soleil françaises qui négligent quelque peu ce marché, au même titre que l'Allemagne», relève Enrique Caballero.

Notoriété des stations françaises: un argument pour la Suisse

A l'inverse, les efforts des stations suisses pour attirer de nouveaux marchés, comme la Russie, sont soutenus par la renommée de certaines stations françaises. «Les Russes connaissent les Portes du Soleil grâce à Avoriaz. Cette notoriété constitue un avantage notable dans notre quête de visibilité», explique Eric Liechti, responsable de l'opérationnel au sein de l'association PSPS. «L'ar-

rivée d'hôtels 4 étoiles à Champéry - le White qui doit ouvrir en mars et un projet du groupe Boas - nous incite à travailler ce type de marchés», précise-t-il.

La promotion varie en fonction du public cible. La Suisse vise prioritairement les pendulaires qui représentent 60 à 65% du chiffre d'affaires - alors que l'inverse s'observe du côté français: environ 70-80% de la clientèle génère des nuitées. D'où une communication française articulée autour du sentiment de liberté et réserve naturelle de poudeuse. «Ce message incarné par des Indiens modernes est très franco-français. Nous préférons faire allusion à un domaine ludique, avec des activités variées, accessibles à tous et au meilleur prix», note Enrique Caballero.

Die Zahl der 3-Sterne-Superior-Hotels in der Schweiz wächst stetig. Die Betriebe grenzen sich bewusst gegen die Masse im Mittelsegment und gegen die 4-Sterne-Hotellerie ab.

MELANIE ROTH



Das neu eröffnete Hotel Spitzhorn ist ein Beispiel dafür, dass 3-Sterne-Superior-Betriebe bewusst in die Angebotsqualität höherer Kategorien vordringen.

Immer mehr gekrönte 3-Sterne-Hoteliere

Hotels mit dem Krönchen auf dem letzten Stern gehören in ihrer Kategorie zu den Spitzenbetrieben. Sie erreichen die Mindestpunktzahl der nächsthöheren Sterne-Kategorie, müssen jedoch nicht deren Mindestkriterien erfüllen. Gerade im breiten Mittelsegment wird diese Möglichkeit, sich von der Masse abzuheben, immer beliebter. Während in den letzten fünf Jahren die Zahl normaler 3-Sterne-Hotels gesunken ist, hat jene der Superior-Betriebe von 74 auf 102 zugenommen. Die htr hotel revue hat sich bei Hoteliers nach den Motiven erkundigt, die hinter dieser Entwicklung stecken.

Superior-Auszeichnung als Kommunikationsmittel

Als Franziska und Simon Anderegg 1998/1999 das Hotel Victoria in Meiringen umbauten, setzten sie sich zum Ziel, zum besten 3-Sterne-Haus im Ort zu werden. «Die Superior-Auszeichnung hat uns geholfen, dies gegen aussen zu kommunizieren», erklärt die Gastgeberin. Die Dominanz der mittelständischen Hotelbetriebe in der Schweiz rufe geradezu nach einer Differenzierung. Franziska Anderegg ist davon überzeugt, dass der Superior-Status im Moment der Buchung das entscheidende Merkmal sein kann.

Ähnlich klingt es in Saas-Fee. «Wir hatten immer das Gefühl, viel investiert zu haben und Dienstleistungen zu bieten, die in anderen Häusern der Kategorie wahrscheinlich nicht üblich sind», erklärt Rolf Bumann, Direktor des Erlebnishotels Etoile. Da 4 Sterne aufgrund der Zimmergrösse nicht erreichbar waren, entschied man sich 2012 für 3-Sterne-Superior. Bumann glaubt, dass das Krönchen bei der Wahl zwischen zwei Hotels mit dem gleichen Angebot bei der Buchung ausschlaggebend sein kann, selbst wenn die Gäste nicht direkt auf die Superior-Auszeichnung achten.

Sowohl beim «Victoria» in Meiringen als auch beim «Etoile» in Saas-Fee war eine Analyse der lokalen Hotellerie bei der Wahl der Superior-Bewertung grundlegend. Das Gleiche gilt für Michel Wichman, den Gastgeber im kürzlich eröffneten Hotel Spitzhorn in Saanen-Gstaad. «Ein gutes, bodenständiges 3-Sterne-Haus mit aussergewöhnlichem Service hat in der Region noch gefehlt», sagt er.

Sich abheben vom Rest: Dieses Argument herrscht auch bei 3-Sterne-Superior-Betrieben im Businessbereich vor. Das Hotel Herisau ist seit Juli 2013 mit dem Superior-Siegel ausgezeichnet. Direktor René Wohnlich erklärt: «Weil sich in der 3-Sterne-Kategorie von schlecht bis sehr gut alles tummelt, waren wir immer auf der Suche nach etwas, mit dem wir uns vom Rest abheben können.»

«Ein 3-Sterne-Haus mit aussergewöhnlichem Service hat in Gstaad gefehlt.»

Michel Wichman
Hotel Spitzhorn, Saanen-Gstaad

3-Sterne-Superior sei die ideale Option, einen guten Service zu moderneren Preisen zu bieten. Für den Entscheid gesprochen habe auch, dass immer mehr Firmen immer seltener 4- oder 5-Sterne-Hotels buchten. «Viele Firmenkunden haben gar keine Zeit, das Luxusangebot zu nutzen», sagt Wohnlich.

Vorzüge sowohl für Ferien- als auch für Geschäftshotels

Das Aparthotel Rotkreuz wurde 2010 komplett neu auf der grünen Wiese gebaut. «Wir haben uns bewusst für 3-Sterne-Superior entschieden, auch wenn wir in den meisten Bereichen die Anforderungen für ein 4-Sterne-Superior erfüllen», erklärt Direktor Hugo Lenzlinger. Man wolle etwas mehr bieten als man verspreche, sei lieber das beste 3-Sterne-Hotel der Region als ein beliebiges in der 4-Sterne-Kategorie.

Lenzlinger erwähnt wie René Wohnlich vom Hotel Herisau den Trend bei Firmenbuchungen, der weg von Luxushäusern führe. Teilweise würden 4- oder 5-Sterne-Häuser firmenintern gar verboten; dies unabhängig davon, ob für den Aufenthalt effektiv tiefer in

die Tasche gegriffen werden müsse als für eine Nacht in einem 3-Sterne-Hotel.

Auch der «Sternen» in Oerlikon entschied sich nach einer Gesamtsanierung 2010/2011 bewusst für einen Stern weniger. «In der Umgebung gibt es praktisch nur 4-Sterne-Hotels. Das war der wichtigste, wenn nicht sogar der einzige Grund dafür», erklärt Direktorin Susy Pfister.

Drei oder vier Sterne? Etwas schwerer tat man sich mit diesem Entscheid 2006 beim neuen Basler Airport Hotel. Weil der Betrieb ausserhalb der Stadt liegt und nicht ganz klar war, welche Erwartungen die Gäste haben würden, entschied sich die Leitung für ein 3-Sterne-Hotel mit 4-Sterne-Service. «Während wir anfangs noch mit vier Sternen geliebäugelt haben, sage ich heute mit Über-

zeugung: Das war ein guter Entscheid», so Direktor Dimitris Argakis. Spätestens mit dem Ausbruch der Wirtschaftskrise habe man davon profitiert, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten zu können.

Laut den Aussagen der Befragten sprechen für die Superior-Auszeichnung weder potenzielle Mehrereinnahmen durch höhere Preise noch die Kosten, die durch die im Vergleich zur 4-Sterne-Kategorie geringeren Anforderungen eingespart werden können.

Preis hängt vom Produkt, nicht von dessen Bewertung ab

Von Einsparungen könne beim heutigen Gast, der preisbewusst sei und trotzdem auf nichts verzichten wolle, keine Rede sein, sagt Franziska Anderegg vom Hotel Victoria in Meiringen. Auch

der Preis sei kein Motiv gewesen. «Ich denke, dass das Produkt an sich, die Qualität und die Serviceleistung, sowie die Nachfrage den Preis bestimmen, nicht die Klassifizierung», sagt sie.

Hugo Lenzlinger vom Aparthotel in Rotkreuz meint, dass man ein klein wenig einsparen könne, weil zum Beispiel in der 3-Sterne-Kategorie kein Nachtportier verlangt werde. Ein etwas höherer Zimmerpreis könne aber alleine mit dem Produkt begründet werden, nicht mit den Sternen.

Das Hotel Herisau hat die Preise seit der Superior-Auszeichnung im letzten Sommer nicht verändert. Man baue Zimmer zu Junior-Suiten aus, damit versuche man, höhere Preise zu lösen, sagt Direktor René Wohnlich. Bei gewissen

Fortsetzung auf Seite 12

Superior-Betriebe Welche besonderen Anforderungen der Branchenverband hotellerieuisse an sie stellt

Die Hotelklassifikation von hotellerieuisse bewertet einen Betrieb in drei Bereichen: in Bezug auf die Sicherheit, auf den Zustand der Einrichtungen und Ausstattung sowie bezüglich den Kriterien für die fünf Basiskategorien. Seit 2006 werden in der 3-, 4- und 5-Sterne-Kategorie überdies Superior-Betriebe ausgezeichnet, seit 2011 auch in den beiden untersten Kategorien.

Von Superior-Betrieben verlangt hotellerieuisse die maximale mögliche Punktzahl bei der Zustandsbewertung. Überdies müssen diese Hotels gemäss Kriterienkatalog die Mindestpunk-

tzahl der nächsthöheren Kategorie erreichen, nicht aber deren Mindestkriterien erfüllen.

Nachteile bei Infrastruktur durch besonderen Service kompensiert

Für einen 3-Sterne-Superior-Betrieb heisst dies, dass er die 380 Punkte erreichen muss, die für ein 4-Sterne-Hotel das Minimum darstellen. Aber er muss zum Beispiel keine Lobby mit Sitzgelegenheiten und Getränkeservice, keine Hotelbar, keinen Gästelifit oder keine speziell geräumigen Zimmer aufweisen. Solche Mankos macht er mit einem besonderen Dienstleistungsgrad wett (vgl. Seite 13).

Die Anforderung, dass Superior-Betriebe «in allen Bereichen zu den Spitzenbetrieben in ihrer Kategorie» gehören, erklärt, dass ein 3-Sterne-Superior-Hotel hingegen minimal 250 Punkte erreichen muss. Die Differenz ist beträchtlich.

Eine weitere besondere Anforderung an Superior-Hotels wird demnächst wegfallen: Noch werden diese alle drei Jahre geprüft, während normale Betriebe alle fünf Jahre kontrolliert werden. Ab 2015 jedoch gilt der strengere Dreijahreszyklus für alle von hotellerieuisse klassifizierten Betriebe.



Der Transport des Gepäcks auf das Zimmer ist im Mittel- und Budget-Segment eindeutig ein Superior-Service, mit dem Gästeerwartungen übertroffen werden.

Dennoch erlaubt der Kriterienkatalog den 3-Sterne-Hotels gegenüber den 4-Sterne-Hotels Einsparungen.

Dem ist so, vor allem bezüglich der Infrastruktur. Ein 4-Sterne-Haus muss eine Lobby, eine Hotelbar, grosse Betten oder zusätzliche bequeme Sitzgelegenheiten in den Zimmern haben. Dies benötigt Platz, der in 3-Sterne-Häusern aus historischen Gründen oft nicht gegeben ist. Bei diesen Kriterien sollte ein 3-Sterne-Superior nicht konkurrieren wollen.

Sondern?

Bei der Qualität der Dienstleistung, seiner «Software». In diese muss investiert werden. Aber Vorsicht: Der Gast muss davon unmittelbar profitieren. Sonst lassen sich nicht die Preise durchsetzen, welche die damit verbundenen Mehrkosten decken.

Wozu raten Sie im Besonderen?

Zu Dingen, die den 3-Sterne-Gast positiv überraschen: einen Valet-Service für das Auto, den kostenlosen Transport des Gepäcks auf das Zimmer, ein persönliches Begrüssungskärtchen der Gastgeber im Zimmer oder Bademantel und Hausschuhe auf Wunsch. Der Möglichkeiten gibt es viele.

Eignet sich das Konzept des 3-Sterne-Superior für bestimmte Destinationen?

Grundsätzlich eignet es sich für alle Destinationen. Es kommt auf das lokale Hotelangebot an, von dem es sich aus individueller Sicht abzugrenzen gilt. Ich kann mir zum Beispiel vorstellen, dass in der Premium-Destination St. Moritz mit 15 3-Sterne-Hotels und nur einem 4-Sterne-Hotel ein 3-Sterne-Superior-Betrieb sich sehr gut positionieren könnte.

Hat sich das Superior-Konzept bewährt, oder sind Änderungen vorgesehen?

Insgesamt hat sich das Konzept bewährt. Es wird in der Normenrevision 2015 durch die Hotelstars Union Bestand haben. Aber in der Schweiz stellen wir Überlegungen an, wie sich der wichtige und schwer überprüfbare Serviceteil noch besser prüfen lässt.

Welche Möglichkeiten werden erwoget?

Wir könnten die Online-Gästepositionierungen berücksichtigen und zum Beispiel fordern, dass ein Superior-Betrieb über das Tool «TrustYou» eine bestimmte Anzahl Punkte erhält. Liegt er unter der Grenze, wird er von hotellerieuisse kontaktiert und gegebenenfalls zu Massnahmen aufgefordert, damit er innerhalb einer bestimmten Frist wieder auf die minimal erforderliche Punkteanzahl kommt.

Superior für alle Budgets

Die «Superior-Idee» hat sich laut Thomas Allemann, dem Leiter der Mitgliederservices von hotellerieuisse, zuerst in der Luxus-hotellerie verbreitet. Nun folgten die anderen Kategorien, sagt er im Interview.

ALEX GERTSCHEN

Thomas Allemann, die Anzahl Superior-Hotels in der 3-Sterne-Kategorie ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Halten Sie dies für



Thomas Allemann

eine Modeerscheinung oder eine nachhaltige Entwicklung? Als wir 2006 in den 3-, 4- und 5-Sterne-Kategorien den Superior-Status einführen, war in der Luxus-hotellerie schnell ein starker Wille zur Differenzierung über diesen Status feststellbar. Bei wichtigen Kooperationen entstand der Anspruch, dass ihre Mitglieder Superior-Hotels sein sollten. In den anderen Kategorien hat man das Differenzierungspotenzial durch eine

Superior-Bewertung erst im Laufe der Zeit erkannt, erst in der 4-, nun auch in der 3-Sterne-Hotellerie.

Wieso?

Die 3-Sterne-Hotellerie ist einerseits wirtschaftlich unter Druck geraten, andererseits ist ihr ein «08/15-Image» vorgeworfen worden. Der Zwang zur Abgrenzung ist dadurch gewachsen. In dieser Situation greift eine wachsende Zahl von Hotels auch auf die Möglichkeiten zurück, die der Superior-Status bietet. Ich erwarte übrigens, dass dieser Mechanismus zunehmend auch in der 2-, später auch in der 1-Sterne-Hotellerie spielen wird. Für diese Kategorien haben wir 2011 den Superior-Status eingeführt.

Wird sich die Katze nicht alsbald in den Schwanz

«Der Superior-Status verhilft einem Betrieb zu einer klareren Positionierung.»

Thomas Allemann
GL-Mitglied hotellerieuisse

beissen? Wenn alle «superior» sind, ist es niemand mehr... Ich denke, dass der Markt eine solche Entwicklung verhindert. Die Bereitschaft der Gäste, den Preis eines 3-Sterne-Superior statt jenen eines 3-Sterne-Hotels zu zahlen, ist begrenzt.

Preis eines 3-Sterne-Superior statt jenen eines 3-Sterne-Hotels zu zahlen, ist begrenzt.

Kann ein Superior-Hotel überhaupt einen wesentlich höheren Preis durchsetzen? Grundsätzlich gilt: Je klarer die Positionierung ist, umso besser lässt sich die Zahlungsbereitschaft abschöpfen. Der Superior-Status hilft dabei eindeutig. Dies zeigt das Beispiel Accor.

Sie denken an die «Ibis»-Marken? Genau. «Ibis» wird im 2-Sterne-Segment, «Ibis Budget» im 1-Sterne-Segment als Superior-Marke positioniert. Dabei gilt im

Einzelfall dasselbe wie zum Beispiel bei Easyjet und Swiss: Eine Superior-Marke muss preislich nicht immer über der günstigeren Marke liegen. Aber ihr Image erlaubt im Durchschnitt höhere Preise. Dieses Bewusstsein wächst zurzeit im 3-Sterne-Bereich, und es wird sich künftig auch im Budget-Bereich noch stärker verbreiten.

Das strategische Ziel des 3-Sterne-Superior-Hotels ist ja, sich beim Preis gegen unten, bei den Kosten aber gegen oben abzugrenzen. Wo spart es gegenüber einem 4-Sterne-Betrieb am meisten?

Zunächst gilt es zu sagen, dass ein Superior-Hotel bei der alle drei Jahre durchgeführten Zustandsbewertung der Infrastruktur keinen einzigen Mangel aufweisen darf. Es muss die «Hardware» also alle drei Jahre auf dem neusten Stand haben. Dies gelingt nicht mit Sparen, sondern bedarf beträchtlicher Investitionen!

Fortsetzung von Seite 11

Mehrleistungen werde ein höherer Preis im Superior aber sicher eher akzeptiert als im normalen 3-Sterne-Bereich.

Susy Pfister vom «Sternen» in Oerlikon sieht bezüglich Preisen im 3- oder 4-Sterne-Segment kaum Unterschiede. «Wir liegen sehr nahe beisammen, und ich sehe kaum Möglichkeiten, nur aufgrund der Superior-Auszeichnung am Markt höhere Preise durchzusetzen», sagt sie.

Einen wichtigen Vorteil aber bietet der Superior-Status laut Michel Wichmann bei der Preisgestaltung trotzdem: «Wir haben dadurch viel Spielraum», sagt der Gastgeber im Hotel Spitzhorn in Saanen-Gstaad.

Grundsätzlich erachten die befragten Hotellerie die 3-Sterne-Su-

perior-Kategorie als die – für sie – perfekte Klassifizierung. Selbst wo die Möglichkeit bestünde, wird die 4-Sterne-Kategorie nicht angestrebt. Zumindest im Moment.

Differenzierung als ständige Aufgabe des Hotellers

Franziska Anderegg sagt, dass man sich mit Blick auf die steigende Zahl 3-Sterne-Superior-Hotels in der Schweiz natürlich erneut Gedanken zur Differenzierung machen müsse. Insofern stehe früher oder später vielleicht der Entscheid an, in die 4-Sterne-Kategorie zu gehen.

Für René Wohlrich ist es wichtig, dass die Superior-Bewertung weiterhin knallhart durchgezogen wird. «Die Auszeichnung darf auch keinen Fall verwässert werden, nur die Besten dürfen sie erhalten», fordert er.



«Vielleicht steht früher oder später der Entscheid für die 4-Sterne-Kategorie an.»

Franziska Anderegg
Hotel Victoria, Meiringen

Sei es eine Auswahl an Kopfkissen oder eine handgeschriebene Begrüssungskarte: In den 3-Sterne-Superior-Hotels machen viele Kleinigkeiten den Unterschied aus. Über allem steht der spezielle, persönliche Service. In Business-Hotels heisst das vor allem: Er muss modern, unkompliziert, schnell sein.

Bewusst die Erwartungen des Gastes übertreffen

René Wohlrich weist darauf hin, was diese Summe an Kleinigkeiten letztlich bewirken soll: «Wir wecken keine zu grossen Erwartungen und können so unsere Gäste positiv überraschen.» Aus diesem Grund habe das Hotel Herisau zum Beispiel eine Sauna und einen Whirlpool, ohne dass es sich explizit als Wellnesshotel verkaufe.



«Die Superior-Auszeichnung darf auf keinen Fall verwässert werden.»

René Wohlrich
Hotel Herisau

Noch mehr kommt dieser Überraschungseffekt in der Ferienhotellerie zum Tragen. «Wir zeichnen uns bei Dienstleistungen aus, die unsere Gäste nicht direkt erwarten», sagt Rolf Bumann vom Erlebnishotel Etoile. Michel Wichmann fasst es in die Worte, dass das «Spitzhorn» zwar ein 3-Sterne-Haus sei, aber einen 4-Sterne-Service biete. Dies bedeutet etwa: Da ist kein Concierge, der den Gästen das Gepäck auf das Zimmer trägt. Der Chef höchstpersönlich übernimmt dies.

Franziska Anderegg vom Hotel Victoria fasst zusammen: «Am Ende nützt kein Superior, wenn wir es während des Aufenthalts nicht schaffen, den Gast zu begeistern. Sterne sind für uns ein Kommunikationsinstrument, für den Gast eine Orientierungshilfe. Mehr dürfen sie nicht sein.»

Erfolgreiche Bilaterale nicht gefährden.

«Ohne ausländische Angestellte käme unsere Skisaison nicht in Schwung.»

Ralph Treuthardt, Direktor Frutt Lodge & Spa, Melchsee-Frutt

**SVP-ABSCHOTTUNGS
INITIATIVE
NEIN**

Komitee NEIN zur SVP-Abschottungsinitiative, Postfach 5835, 3001 Bern

www.bilaterale.ch

Pürierte Kost in Form gebracht

An der Kost für Klienten, die nicht kauen und schwer schlucken können, beisst sich mancher Heimkoch die Zähne aus. Die Kunst liegt in der Präsentation, die Appetit macht.



Tauschend ähnlich: Pürierter Broccoli in Form gegossen. zvg

GUDRUN SCHLENCZEK

Armin Fässler, Chef Diätküche im Kantonsspital St. Gallen, sucht schon seit Langem nach einer Lösung für die pürierte Kost. «Patienten, welche länger auf Püriertes angewiesen sind, sagen uns immer, dass alles gleich aussieht.» Die Problematik liegt vor allem in der Form des Servierten: Spitalkunden mit Kau- und Schluckbeschwerden müssen das Essen püriert erhalten. Einmal durch den Fleischwolf gelassen, verliert jedoch jedes Nahrungsmittel zwangsläufig seine Form. Das Einfachste und Schnellste ist, das Pürierte als Häufchen auf den Teller zu setzen: Rein äusserlich unterscheiden sich Fleischkomponente, Stärke-Beilage und Gemüse dann noch bestenfalls in der Farbe.

Tiefkühlvariante eignet sich für warme Linie weniger

Gerade im Spital, wo die Mahlzeiten am Band geschöpft werden, muss es schnell gehen. Im Kantonsspital St. Gallen befüllen die Band-Mitarbeitenden am Mittag 600 bis 700 Teller in einer Stunde – da bleibt nicht viel Zeit für Extras. Manchmal kommt am Band für die gemixte Kost die Sternfülle zum Einsatz. Doch das Hege, so Fässler, aus

zeitlichen Gründen nicht immer drin. Es sind nur rund zehn Essen, die in Breittextur jeden Mittag auf die Station gelangen – zehn Essen, über die sich Fässler immer wieder den Kopf zerbricht. Um dem Pürierten Form zu verleihen, hat der Diätkoch Silikonformen von Pürform bestellt: Die deutsche Firma entwickelt Formen, welche den gemixten Speisen wieder möglichst zu ihrer ursprünglichen Form verhelfen. Eine Bratwurst sieht wieder nach Bratwurst aus, ein Broccoli nach Broccoli. Die gekochte Komponente wird wie üblich gemixt, mit Bindemittel versehen, in Silikonformen gefüllt und tiefgefroren. Noch im gefrorenen Zustand drückt der Küchenmitarbeiter das Endprodukt aus der Form direkt auf den Teller. Die Idee ist bestechend, das fand auch Fässler. Doch da das Kantonsspital St. Gallen die «warme Linie» praktiziert – die Menüs werden am Tag des Verbrauchs frisch gekocht und warm auf die Stationen geschickt –, passte das Pürform-Konzept nicht zum Produktionsablauf. «Wir müssten die Speisen für jene mit Kau- und Schluckbeschwerden einen Tag im Voraus produzieren», verdeutlicht der Leiter Diät-Küche.

Anders sieht es aus, wenn ein Betrieb die «kalte Linie»

«Die Hemmschwelle, Püriertes zu essen, ist dank den neuen Formen kleiner.»

Thomas Vöglin
Alters- und Pflegeheim Madle

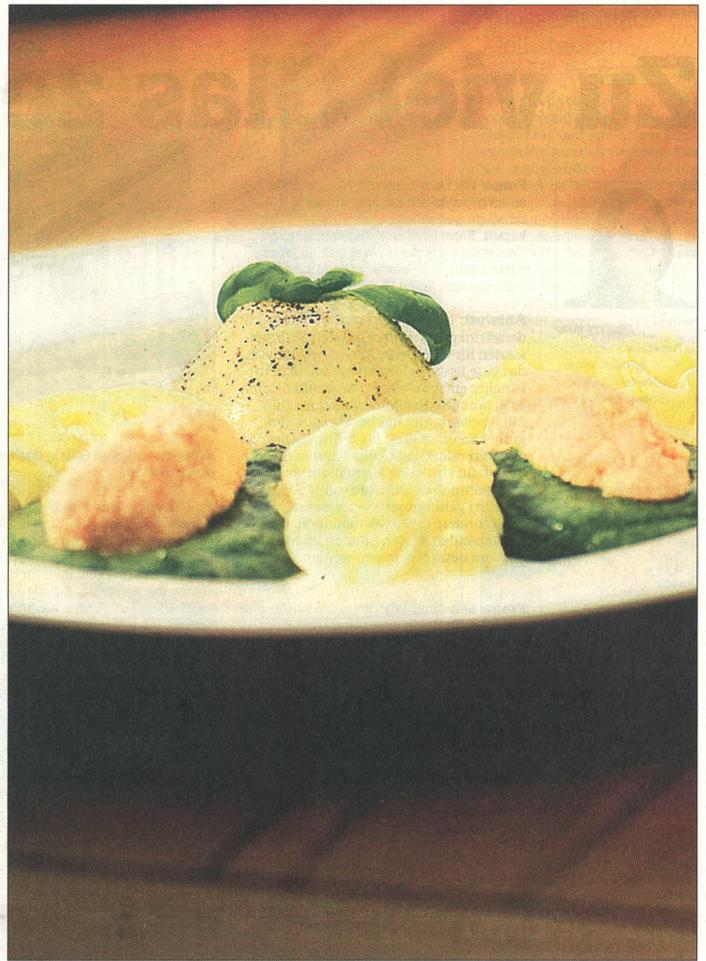
ständiges Essen bieten.» In Vöglin's Produktionsablauf passt das Pürform-Konzept perfekt. Die Patientenmenüs werden im Cook&Chill-Verfahren sowieso einen Tag im Voraus produziert und dann am Tag des Verzehr wieder regeneriert. Am Morgen lässt Thomas Vöglin als Erstes die Pürform-Produkte anrichten: Damit das Tiefgefrorene ausreichend Zeit zum Auftauen hat, bevor es dann innert sechs Minuten wieder erwärmt wird. Aktuell bietet Pürform aus dem deutschen Münster acht verschiedene Formtypen an, vertrieben werden diese auch in der Schweiz. Jedes Jahr sollen ein bis zwei neue Formen hinzukommen. Eine Silikonform (für sechs bis acht Portionen) kostet rund 54 Franken.

DSR bringt mit geometrischen Formen Volumen auf den Teller

Nicht unbedingt auf realistische Abbildungen, sondern eher auf geometrische Figuren setzt DSR

praktiziert. Bei einer solchen wird so oder so im Voraus produziert, das Gekochte wird gekühlt, um kurz vor dem Verzehr wieder regeneriert zu werden. Wie im Alters- und Pflegeheim Madle in Pratteln. Seit über drei Jahren setzt Thomas Vöglin, Leiter Küche, die Formen ein, welche realistische Nachbildungen der Ursprungsspeise ergeben. Vöglin ist begeistert vom Resultat – und seine Kunden, die Bewohner des Altersheims, anscheinend nicht weniger. Von den 115 Bewohnern essen heute 17 gemixte Kost – und damit rund 50 Prozent mehr im Vergleich zu früher. Thomas Vöglin vermutet: «Die Hemmschwelle, Püriertes zu essen, ist heute kleiner.» Als die Breikost noch ungeformt auf dem Teller landete, habe der Bewohner oft gar nicht gewusst, was er da eigentlich zu sich nimmt. «Dank den realistischen Nachbildungen können wir denjenigen mit Kau- und Schluckbeschwerden endlich ein an-

ständiges Essen bieten.» In Vöglin's Produktionsablauf passt das Pürform-Konzept perfekt. Die Patientenmenüs werden im Cook&Chill-Verfahren sowieso einen Tag im Voraus produziert und dann am Tag des Verzehr wieder regeneriert. Am Morgen lässt Thomas Vöglin als Erstes die Pürform-Produkte anrichten: Damit das Tiefgefrorene ausreichend Zeit zum Auftauen hat, bevor es dann innert sechs Minuten wieder erwärmt wird. Aktuell bietet Pürform aus dem deutschen Münster acht verschiedene Formtypen an, vertrieben werden diese auch in der Schweiz. Jedes Jahr sollen ein bis zwei neue Formen hinzukommen. Eine Silikonform (für sechs bis acht Portionen) kostet rund 54 Franken.



Wenn pürierte Kost das Auge anspricht, steigt der Appetit. Das beugt Mangelernährung vor. lecker-ohne

mit ihren «textures modifiées». Ein Konzept, das heute praktisch in allen 67 Altersheimen, in denen DSR die Verpflegung managt, zum Einsatz kommt. Jennifer Lutz, Ernährungsberaterin bei DSR, erklärt den Vorteil: «Die geometrischen Formen bringen Volumen auf den Teller.» Für die «textures modifiées» pürieren die Altersheim-Köche von DSR die Speisen vom Züri-Geschnetzelten bis hin zum Croque Monsieur, binden diese dann mit Agar-Agar oder auch mit Ei. Dann wird das Produkt in Formen gegossen und bei 3 Grad gekühlt. Der Tiefkühlprozess entfällt bei diesem Verfahren. Das pürierte Mittag- und Abendessen wird in jedem Heim frisch zubereitet und spätestens

innert 24 Stunden verwendet. Regeneriert wird bei 65 bis 80 Grad. «Bei über 80 Grad werden die Speisen wieder flüssig», verdeutlicht Jennifer Lutz. Bei DSR erhielten alle Köche eine intensive Schulung für diese Art der Zubereitung.

Einen Vorteil hat pürierte Kost: Sie kann gut mit Nahrungsergänzungsmitteln oder kalorisch angereichert werden. Thomas Vöglin etwa greift zu Eiweiss, Rahm und Maltodextrin. Fässler reichert ebenfalls mit Rahm oder gegebenenfalls mit Öl an. DSR fügt den Speisen Protein-Puder zu. Ziel des Ganzen: einer etwaigen Mangelernährung vorzubeugen. Menschen mit Kau- und Schluckbeschwerden essen auf-

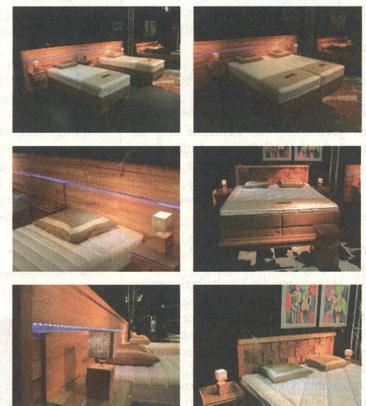
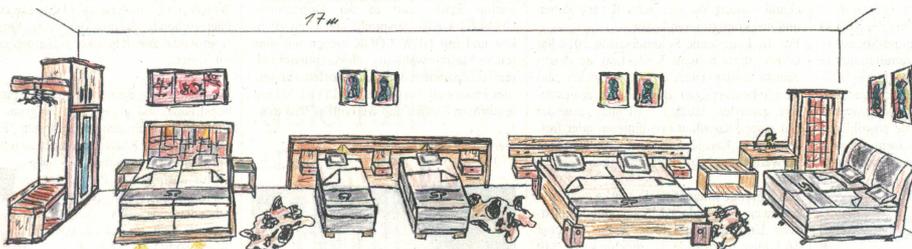
grund ihrer Behinderung weniger oder zu wenig. Zudem ist die Sensorik bei älteren Personen nicht mehr so ausgeprägt, was dem Appetit nicht gerade förderlich ist.

Die attraktivere Darbietung der Breikost ist deshalb mehr als reine Ästhetik: Ansprechende und für Personen mit Beschwerden genießbare Gerichte sichern möglichst lange eine Ernährung auf natürliche Art und vermeiden den Einsatz medizinischer Ernährungsunterstützung, sprich einer Lebensmittelsonde. Insbesondere in Alters- und Pflegeheimen, in denen der Bewohner 365 Tage im Jahr Kunde ist, geht es bei all den Bemühungen in erster Linie darum, den Kunden möglichst lange punkto Essen bei Laune zu halten.



Thomas Vöglin
zvg

Objektmöblerungen, Innenausbauten und Spezialanfertigungen



Sprenger Möbel AG
Commercialstrasse 23
CH-7000 Chur

Tel. +41(0)81 252 63 66
Fax +41(0)81 252 54 42
www.sprengermoebel.ch

ANZEIGE

Rechtsberatung

Zu viel Glas zerbrochen



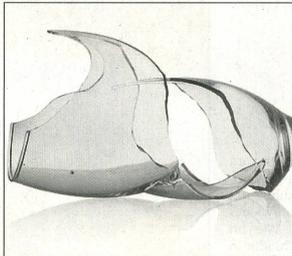
ANNETTE RUPP
ist Projektleiterin Rechtsdienst bei hotellerieuisse. Sie beantwortet an dieser Stelle alle zwei Wochen Ihre Fragen.

Frage: Wir hatten letztes Wochenende einen grossen Anlass in unserem Hotel. Dabei gingen etliche teure Kristallgläser kaputt. Kann ich den Schaden mit dem Trinkgeld verrechnen, welches an jenem Abend sehr hoch ausfiel? Die Mitarbeiter sollten damit einen Denkkzettel erhalten.

Antwort: Nein, dies ist nicht möglich. Mit dem Trinkgeld will der Gast den Mitarbeitenden für den guten Service respektive das gute Essen belohnen und nicht dem Hotelier entstandene Schäden finanzieren. Es gehört also den Mitarbeitenden. Ein Mitarbeiter haftet nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit für zerbrochenes Geschirr oder Glas. Grobe Fahrlässigkeit liegt dann vor, wenn elementare Vorsichtsmassnahmen unterlassen werden. Geschirr geht immer wieder kaputt, insbesondere in Stresssituationen. Die entstehenden Kosten müssen im Normalfall vom Betrieb getragen werden.

Frage: Seit einer Woche ist ein Mitarbeiter befristet für die Wintersaison ohne schriftlichen Vertrag angestellt. Er stiftet im Team Unruhe und akzeptiert seinen Vorgesetzten nicht. Im L-GAV ist eine Probezeit von 14 Tagen mit einer Kündigungsfrist von 3 Tagen erwähnt. Kann ich dem Mitarbeiter nun während der Probezeit kündigen?

Antwort: Während der Dauer der Anstellung sind befristete Arbeitsverträge grundsätzlich unkündbar, sofern im Einzelvertrag nichts anderes geregelt ist. Will der Arbeitgeber einen befristeten Vertrag kündbar gestalten, muss im



Scherben bringen Glück, doch wer bezahlt den Schaden?
Foto: Givaga

Arbeitsvertrag eine Kündigungsfrist vereinbart werden. Die Kündigung bei befristeten Arbeitsverträgen ist nur in schriftlicher Form möglich. Ein mündlicher befristeter Arbeitsvertrag ist also nie kündbar und läuft für die vereinbarte Dauer. Ich empfehle, für alle Mitarbeitenden vor Stellenantritt einen schriftlichen Arbeitsvertrag auszufertigen, um Streitigkeiten zu vermeiden. Vorlagen sind auf der Homepage von hotellerieuisse zu finden. Übrigens kann auch der Mitarbeiter jederzeit eine schriftliche Ausfertigung eines Arbeitsvertrages verlangen.

Frage: Ich habe einen kleinen Familienbetrieb, und die Hälfte meiner Angestellten raucht. Wir haben vereinbart, dass diese auch während der Arbeit ihrer Sucht frönen dürfen – natürlich nur im Freien. Nun nehmen die Rauchpausen überhand

und sind mittlerweile zu ausgedehnten Schwatzpausen geworden. Ich bin nicht gewillt, dies länger zu akzeptieren, weiss aber nicht, wie ich vorgehen soll. Was kann ich tun?

Antwort: Gemäss ARG Art. 15a haben die Mitarbeitenden Anspruch auf folgende Pausen:
– eine Viertelstunde bei einer täglichen Arbeitszeit von mehr als fünfeinhalb Stunden
– eine halbe Stunde bei einer täglichen Arbeitszeit von mehr als sieben Stunden
– eine Stunde bei einer täglichen Arbeitszeit von mehr als neun Stunden
Diese Pausen sind üblicherweise mit der Essenspause abgegolten. Zusätzliche Pausen wie etwa Kaffee- oder Rauchpausen müssen nicht gewährt werden und sind freiwillig. Es steht dem Arbeitgeber frei, diese zu schenken (gilt somit als Arbeitszeit), von der Arbeitszeit abzuziehen oder gänzlich zu verbieten. Wir empfehlen Ihnen, in einem Reglement schriftlich festzuhalten, wie die Rauchpausen in Ihrem Betrieb gehandhabt werden.



Rauchpausen sind beliebt, aber muss man sie gewähren?
Alain D. Boillat

Frage: Ich habe meinem Mitarbeiter unter Einhaltung der Frist von einem Monat gekündigt. Er möchte nun wissen, weshalb ihm gekündigt wurde. Muss ich den Grund nennen?

Antwort: Der Gekündigte hat das Recht, eine schriftliche Begründung zu verlangen (OR Art. 335 Abs. 2). Dies gilt auch während der Probezeit und bei einer fristlosen Kündigung. Es empfiehlt sich, relevante Sachverhalte im Personaldossier schriftlich festzuhalten, damit die Kündigungsbegründung nötigenfalls detailliert bewiesen werden kann. Missbräuchlich ist die Kündigung, wenn sie aus bestimmten unzulässigen Gründen ausgesprochen wurde, welche in OR Art. 336 zu finden sind. Beispiele sind:
– Kündigung, um Ansprüche aus dem Arbeitsverhältnis zu vereiteln
– weil die andere Partei Ansprüche aus dem Arbeitsverhältnis geltend macht
– Gewerkschaftszugehörigkeit
– weil die andere Partei schweizerischen Militär- oder Schutzdienst leistet
Übrigens: Kündigungsbegründungen und diesbezügliche Angaben in einem Arbeitszeugnis sollten inhaltlich übereinstimmen. Ansonsten kann es Schwierigkeiten mit der Arbeitslosenversicherung geben.

Haben Sie Fragen an Annette Rupp?

Telefon 031 370 43 50 (Montag – Freitag, 8.30 – 12 Uhr und 14 – 16 Uhr)

E-Mail: rechtsberatung@hotellerieuisse.ch

MARKTNOTIZEN

«gusto14»: Die Finalteilnehmenden stehen fest!

Die Würfel sind gefallen: Neun junge Kochtalente aus der ganzen Schweiz haben den Sprung ins Finale der Jubiläumsausgabe «gusto14» geschafft. Sie alle kochen bei der 10. Ausgabe des einzigen Schweizer Lehrlingskochwettbewerbes am 13. März 2014 vor der Fachjury um die Wette.



Nun stehen die Finalteilnehmenden der Jubiläumsausgabe des Lehrlingskochwettbewerbes «gusto» fest. Über 70 Schweizer Kochlehrende aus der ganzen Schweiz haben eine Lösung zur gestellten Wettbewerbsaufgabe rund um das Thema «Harmonie Asien und Europa» eingereicht. Aus allen Einsendungen wurden in einem anonymisierten Verfahren die neun besten ausgewählt, wobei das hohe Niveau der Einsendungen zu knappen Entscheidungen führte.

Unter die Finalteilnehmenden schafften es dieses Jahr gleich fünf Vertreter aus dem Kanton Bern. Sechs Männer stehen drei Frauen gegenüber, vier Lernende sind im zweiten Lehrjahr und fünf im dritten Lehrjahr. Bereits zum zweiten Mal in der Geschichte von «gusto» schaffte ein Vertreter der französischsprachigen Schweiz den Sprung ins Finale.

Wettkochen und elegante Jubiläumsgala

Am 13. März treten die Finalteilnehmenden in den Räumlichkeiten der Berufsschule Baden zum finalen Wettkochen an. Dort müssen sie ihr Talent live vor der Jury beweisen und zeigen, dass sie ihre eingereichten Kreationen auch wirklich wie im Dossier beschrieben zubereiten können. Im Rahmen einer eleganten Gala werden am darauffolgenden Tag die Finalteilnehmenden und ihr Einsatz gebührend gefeiert. Rund 500 Gäste werden

am 14. März im Kursaal Interlaken anwesend sein, wenn die Preise vergeben und der Sieger oder die Siegerin gekürt werden.

www.gusto14.ch

Bewegung im Schweizer Weinhandel: Martel übernimmt Müller

Die Weinhandlung Martel AG St. Gallen übernimmt die in Wattwil domizillierte Hans Müller Weinhandlung AG. Mit dem Kauf stärkt Martel sein hochklassiges Sortiment.

Das 1876 gegründete Familienunternehmen Martel, das heute in fünfter Generation von Jan Martel geführt wird, verfügt über zwei Ladengeschäfte in St. Gallen und beliefert als Importeur und Fachhändler mit 40 Mitarbeitenden Privat- und Gastronomiekunden in der ganzen Schweiz. Das Sortiment umfasst erstklassige Weine aus den wichtigen Weinregionen der Welt, darunter mehrere renommierte Burgunder-Häuser wie die Domaine de la Romanée-Conti.

Die Firma Müller ihrerseits hat sich in ihrer 30-jährigen Geschichte weit über die Region hinaus einen Namen als Burgund-Spezialistin gemacht. Weil keine familieninterne Nachfolge möglich war, hat Rosmarie Müller nach einer alternativen Lösung gesucht, mit der sich der eingeschlagene Weg weiterführen lässt. Mit Martel wurde sowohl mit Blick auf das Qualitätsbewusstsein als auch hinsichtlich des Sortiments ein idealer Partner gefunden.



Ab sofort wird die Firma Müller in die Martel AG St. Gallen eingegliedert. Rosmarie Müller übernimmt persönlich die Verankerung ihres Burgund-Sortiments im Martel-Angebot. Das Ladengeschäft in Wattwil wird noch während einer Übergangszeit weitergeführt. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

www.martel.ch

NOMAD LOUNGE von Gloster



Fun and funky – bei diesem coolen Outdoor-Lounge Konzept, das Gloster erstmalig in 2012 einführte, ist der Name Programm: Nomad wird durch grosszügig dimensionierte, doch überraschend leichte, blockhafte Sessel charakterisiert, die sich schnell verschieben und neu konfigurieren lassen. Für die kommende Sommersaison 2014 hat Gloster diese beliebte Kollektion mit einem ebenso coolen Dreiviertelkreis-Hocker und einem keilförmigen Beistelltisch erweitert. Der gerundete Hocker lässt sich entweder mit einer Sitzeinheit kombinieren oder freistehend in Kombination mit dem Keiltisch verwenden und lädt zum geselligen Relaxen ein.

Als führende internationale Marke qualitativ hochwertiger Outdoor-Möbel kann das britische Unternehmen Gloster stolz auf über 50 Jahre Innovation zurückblicken. Mit Hauptsitz in England und unterstützt durch ein weltweites Vertriebsnetz, kreiert Gloster eine spannende Auswahl traditioneller und zeitgenössischer Gartenmöbel in einer Vielzahl von Materialien, einschliesslich: Outdoor-Lounge, Teak, Geflecht, Edelstahl, Aluminium und Slings. Alle Produkte sind dazu entwickelt worden, während des ganzen Jah-

res draussenbleiben zu können und ihre Schönheit und Funktionalität für viele Jahre zu behalten.

www.gloster.com

Einrichtungsstoffe mit hohem Qualitätsanspruch

Die Leichtigkeit des Seins ist allgegenwärtig und hat Christian Fischbacher Co. AG zur Bettwäsche- wie auch Einrichtungsstoff-Kollektion inspiriert. Christian Fischbacher freut sich, zum Frühling 2014 erneut eine kreative Kollektion mit gewohnt hohem Qualitätsanspruch vorzustellen.

Ob klassische Eleganz, luxuriöser Glamour und gelebte Nachhaltigkeit: Die erlesenen Stoffkompositionen bieten viel Freiraum für individuelle Gestaltungswünsche. Stimmungsvoll und stilvoll zugleich bringen sie moderne und traditionelle Elemente harmonisch in Einklang. Die edlen Stoffe reichen von Prunkstücken aus glamouröser Seide über zarte Transparente bis hin zu technischen Innovationen.

Unter CALLIGRAPHY OF LIGHT präsentiert das Schweizer Textilunternehmen luftig leichte Stoffe, zart in der Farbgebung. CHALET CHIC verspricht viel Gemütlichkeit und mit NEW LOOK zeigen wir eine reiche Stoffauswahl aus schwerentflammbar transparenten und Dekorstoffen. Ein textiles Feuerwerk verspricht GOLD RUSH mit luxuriösen Stoffen und wertvollen Texturen.

www.fischbacher.com



Chalet Chic von Christian Fischbacher Co. AG.

Aperol erobert den Winter

Aperol Spritz ist der beliebteste Sommerdrink der Schweizerinnen und Schweizer. Doch der italienische Bitter weiss auch in der kalten Jahreszeit mit vielseitigen Rezepturen zu überzeugen.

In Zusammenarbeit mit dem erfahrenen Zürcher Barkeeper Jvan Paszti und Aperol International wurden drei Drinks speziell für den Winter entwickelt. Bekannt für seine unkompliziert Rezepture mit Trend-Potenzial präsentiert Aperol mit Hot Aperol einen leckeren Drink, der schnell und einfach gemixt werden kann: Aperol (3 cl), trockenen Weisswein (10 cl) wie zum Beispiel Sauvignon, Apfelsaft (5 cl) und Mangosirup (1 cl) zusammen kurz erhitzen, in ein Glas geben und mit einer Orangenscheibe dekoriert sofort servieren.

Ebenfalls zur Glühwein-Variante wird der von Paszti kreierte Aperol Glu: einfacher Aperol (4 cl), Weisswein (4 cl) und Zuckersirup (1 cl) mit heissem Wasser auffüllen und dem winterlichen Aperol-Genuss steht nichts im Weg. Eine kräftigere Kreation ist dem Zürcher mit dem Aperol Latte gelungen. Aperol (4 cl), kombiniert mit Milch (4 cl), heissem Wasser und Zuckersirup (1 cl), bietet eine überraschende Alternative zum Original-Aperol oder zum Klassiker gewordenen Aperol Spritz.

Die orange-rote Spirituose steht für pure Lebensfreude und eignet sich aufgrund ihrer Vielseitigkeit für den ganzjährigen Genuss. Dank dem zum Klassiker avancierten Aperol Spritz mit der einfachen 3-2-1-Rezeptur aus Aperol, Prosecco und Mineralwasser und den überraschenden heissen Variationen kommt auch in den dunkleren Tagen Sommerfeeling auf.

www.campargroup.com

Hot Aperol speziell für die kalte Jahreszeit.



Voller Industrie-Charme

Das besondere Konzept Untergebracht mitten in Sihlcity, konzipiert von Heinz Julen: Die «Rüsterei» in Zürich besticht neu als lukullisches «Dreispartenhaus».

FRANZISKA EGLI

Wer das Lokal zum ersten Mal betritt, kann sich erst mal gar nicht sattsehen. Weit über 300 Quadratmeter gross und mehr als fünf Meter hoch ist das Restaurant in der denkmalgeschützten Liegenschaft, die sich mitten in Zürichs Einkaufszentrum Sihlcity befindet und vom Zermatter Künstler und Architekten Heinz Julen neu konzipiert wurde. Da sind die massiven Holz-Tische mit integriertem Licht, welche sich bei Bedarf – etwa für eine Party – mit einem Hebekran in die Höhe verfrachten lassen. Da ist die edle Bar, die sich nun mitten im Raum befindet und neu das gediegene Restaurant vom einfachen, der sogenannten «Kantine», trennt. Da sind die witzigen Kronleuchter, die ausschliesslich aus Küchenutensilien wie Abtropfsieben und Coupe-Schalen bestehen. Oder die hohen Fenster, die aus der vorletzten Jahrhundertwende stammen, als hier noch Papier veredelt wurde, und die Wände mit Graffiti und Schnipseln von Konzertplakaten, die von Hausbesetzungen zeugen. Eröffnet wurde das Restaurant zwar bereits 2007, als auf dem einstigen Sihlpapier-Areal das Einkaufszentrum entstand. Damals investierte die Gastro-Grup-

pe Five AG über 4 Millionen Franken in den Umbau des noch einzigen historischen Teils der einstigen Papier-Fabrik. «Die Idee einer gehobenen Gastronomie inmitten eines Einkaufszentrums zählte sich jedoch nicht aus», erzählt Rafael Saupé, der als Projektleiter für das neue Konzept fungiert. Unter der Ägide des neuen Inhabers, des Unternehmers Thomas Sterchi, wurden nun nochmals 125 000 Franken aufgewendet, um das Restaurant mit dem industriellen Charme doch noch auf Kurs zu bringen. «Statt über ein einziges Restaurant verfügt die «Rüsterei» jetzt über einen gehobenen Teil, die «Kantine» mit einem einfachen Speiseangebot sowie die Bar und bildet eine Art «Dreispartenhaus», erklärt Saupé.

Die Herausforderung: zwei Restaurants, eine Küche

In der 74-plätzig «Kantine» werden Street-Food-Klassiker wie Burger und «Haute Dogs» geboten. Im Restaurant mit seinen 66 Plätzen und einer Weinkarte mit über 120 Positionen setzt Stefan Kraus bevorzugt auf «Rauch und Aroma»-Gerichte: Der Küchenchef, der seit Anbeginn der «Rüsterei» mit von der Partie ist, serviert klassische Fleisch- und Fischspezialitäten, die er im Smoker mit Apfel- oder Nussbaumholz aromatisiert.

«Trotz unterschiedlicher Ausrichtung werden beide Restaurants von einer Küche bedient, was für das Küchen- und das Servicepersonal zuweilen eine Herausforderung ist.» Seit dieser Neuausrichtung aber könnten sie nun allen Sihlcity-Gängern, den Bankern und Spa-Besuchern, den Kinogängern und Geschäftsleuten, kulinarisch etwas bieten. Und seither zeige auch die Entwicklung der Zahlen in die richtige Richtung.

www.ruesterei.ch



In der «Rüsterei» auf dem historischen Sihlpapier-Areal in Zürich verbindet sich der Industrie-Charme vergangener Tage mit zeitgemässer Küche und stylischem Corporate Design. Bilder: zvg

Wein

Walliser Ernte 2013: Kleinster Ertrag seit 50 Jahren

Nach einer Reihe von frühen Erntejahren wird 2013 als Jahr mit späterer Lese und schwachen Erträgen in die Annalen eingehen. Das sei mengenmässig die kleinste Ernte seit 50 Jahren, schreibt die Walliser Staatskanzlei. Im Vergleich zum Vorjahr wurden 13 Prozent weniger Trauben geerntet, die Ernte 2013 liegt um 19 Prozent unter dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre. Das schlechte Wetter im Frühjahr hat das Wachstum der Reben gebremst, dazu kommt eine ausgeprägte Verrieselung und Kleinbeerigkeit.

Österreich: Rekordumsatz beim Weinexport



ÖWM / Weingut, Gesellmann, Mayerhofer

Obwohl auch Österreichs Winzer 2013 erneut eine mengenmässig unterdurchschnittliche Ernte verzeichnen, können sie auf ein erfolgreiches Exportjahr zurückblicken: Der Exporterlös stieg um mehr als 4 Prozent auf 137,5 Mio. Euro an, schreibt Österreich Wein Marketing (ÖWM). Besonders der Export in Länder wie die Benelux-Staaten, Skandinavien oder Grossbritannien, aber auch Fernmärkte wie Japan und China würden stark zum Rekordumsatz beim Weinexport beitragen.

News

Lindt & Sprüngli: Starkes Wachstum im Jahr 2013

Lindt & Sprüngli hat im vergangenen Jahr trotz verhaltener Konjunkturlage mehr Schokolade verkauft und konnte dadurch stark wachsen. In Schweizer Franken erhöhte sich der Umsatz der Gruppe um 8,0 Prozent auf 2,883 Mrd. Franken, lässt das Unternehmen verlauten. Zum Wachstum beigetragen hätten Volumensteigerungen, Innovationen und ein optimierter Produktmix. Nicht nur in der Schweiz griffen die Kunden vermehrt zu Schokolade von Lindt & Sprüngli, in den USA wächst das Unternehmen gar zweistellig.

Starwood Hotels weiterhin auf Erfolgskurs



Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc. hat im 2013 74 neue Hotels (im Bild: das «W Verbier») eröffnet. Mit rund 16 200 Zimmern in 22 Ländern baut das Unternehmen damit seine globale Führung weiter aus und verstärkt seine Führungsrolle insbesondere in schnell wachsenden Märkten wie Malaysia, Indonesien, Kolumbien und Saudi-Arabien. Insgesamt konnte es 2013 152 neue Hotel- und Franchise-Vereinbarungen unterzeichnen und erreichte damit eine Steigerung von 16 Prozent gegenüber dem Vorjahr. see

www.starwoodhotels.com

Kolumne



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

Ein Zapfengeld fürs fremde Entkorken?

In Australien ist der Verkauf von Wein in den Restaurants streng lizenziert. Die Gäste dürfen in den BYO (bring your own) -ausgezeichneten Restaurants den eigenen Wein mitbringen – ein Verfahren, das rein steuerliche Hintergründe hat. Die für den Weinausschank lizenzierten Restaurants mit BYO bezahlen in Down Under eine andere Steuer als Restaurants ohne Alkoholausschank. In Europa ist es noch immer eine Randerscheinung, eigenen Wein ins Lokal mitzubringen; die steuerlichen Aspekte und die Kostenstrukturen sind anders, gerade in der Schweiz, im Vergleich mit den südlicheren Ländern Europas.

Für den Aufwand, den es für das Öffnen der Flasche und für das Bereitstellen der Gläser braucht, wird ein sogenanntes Zapfengeld (Korkgeld) berechnet. Bei Veranstaltungen fragen preisbewusste Gäste deshalb heute immer öfter nach, ob es erlaubt sei, den eigenen Wein mitzubringen. Da stellt sich die Frage, ob manche Gastronomen ihr Getränkeangebot und ihr Konzept diesem veränderten Konsumverhalten anpassen sollten. Welcher Preis ist für den Aufwand des Entkorkens gerechtfertigt? Wie lässt sich dieser Aufwand bemessen? Warum muss überhaupt ein Zapfengeld bezahlt werden? Und wie unterscheidet sich Europa in Bezug auf den Weinverkauf im Restaurant von anderen Kontinenten? Eine Weinkarte in den europäischen

Ländern mit Weinbau ist ein Kulturgut. Ebenso ist eine ausgezeichnete Weinkarte ein wichtiger Faktor für die Präsentation des eigenen Restaurants. Aber individuelle Karten mit dem Angebot von aussergewöhnlichen Weinen, die nicht eigens importiert werden, werden heute immer weniger – ein Grund sind die Vergleichsmöglichkeiten und der stetig wachsende Online-Markt. Das Angebot der Weinkeller und -karten hat sich in den letzten Jahren generell verändert und ist nicht mehr so gross wie noch Ende des letzten Jahrhunderts. Einigen Restaurateuren ist es nicht mehr wichtig, grosse Weinkeller mit grossen Weinen zu unterhalten, die Rentabilität eines Kellers hat sich verringert – es ist eine Ausnahme geworden, gute und grosse Weine in einem Restaurant geniessen zu können. Grosse Bordeaux, Burgunder und Super Tuscaner trinkt der Gast zuhause oder eben, er nimmt sie zum Essen gleich mit.

Einige Betriebe haben sich auf diese Veränderung eingestellt und pflegen ihre Stammgäste, die den eigenen Wein mitbringen. «Lieber ein volles Restaurant mit Gästen, die ihren Wein mitbringen, als weniger Umsatz machen», sind Aussagen einiger Gastgeber. Nur: Welchen Betrag man für das Entkorken berechnen soll, dazu gibt es keine wirklichen Anhaltspunkte. Über ein angemessenes Zapfengeld gibt es sogar in einigen Foren im Internet heftige Diskussionen. Die

Preisspanne liegt hier bei gewünschten 2 Franken und aufwärts. Ich kann die Argumente der Gäste zwar verstehen, die bei einem mitgebrachten Wein keinen Aufwand sehen, aber jeder Restaurateur weiss: Die Bereitstellung des Restaurants birgt mehr Kosten als auf den ersten Blick erkennbar.

In der Kalkulation der Preise ist etwa ein Aufschlag für die Anschaffung von Gläsern enthalten – im Restaurant gehen sie schliesslich häufiger kaputt als daheim. Hinzu kommen die Weinkühlung, Tischdecken, das Ambiente, das Personal und viele kleine, unsichtbare Kosten. Deshalb ist ein Aufwand zwischen 25 und 50 Franken aufwärts, je nach Restaurantkategorie, mehr als gerechtfertigt. Ob ein Zapfengeld berechnet wird, ob das Entkorken einer Flasche im Restaurant überhaupt möglich ist, sollte vorab angefragt werden. Und einige Restaurants haben, aber der Sommelier sicherlich eine Alternative anbieten kann.

Der Besuch eines Restaurants ist ein Gesamtkunstwerk, in dem der Gast das Angebot nutzen und der Gastgeber die Freiheit behalten sollte, ein Femdentkorken zu bejahen oder auch abzulehnen. Ein Zapfengeld ist verhandelbar, aber eben nicht immer. In diesem Sinne – Prost!

Massgeschneiderte Menus an Bord

Aus 70 Gerichten sein eigenes Menu online zusammenstellen: Damit geht Air Baltic neue Wege in der Bordverpflegung. Mit dem prämierten System geben die Gäste schon kurz nach Einführung mehr aus.

SABRINA GLANZMANN

Wenn ein Fluggast von Riga nach Zürich fliegt, isst er vielleicht ein Fisch-Souvlaki, dazu etwas Lattichsalat, danach eine Portion Waldbeeren. Oder vielleicht nimmt er einen Te-

riyaki-Lachs, dazu Gemüserisotto und eine laktosefreie Crème zum Dessert – zwei von vielen Kombinationsmöglichkeiten, welche die Passagiere von Air Baltic für die Verpflegung an Bord neuerdings haben. Vor knapp vier Monaten

hat die lettische Fluggesellschaft ein neues Vorab-Bestellsystem eingeführt, das ihr F&B-Geschäft pushen soll.

Das Prinzip: Aus über 70 Gerichten und Beilagen – vom Pricing her alle zwischen 5 und 12 Euro ange-

siedelt – kann der Gast online sein Bordmenu individuell zusammenstellen. Direkt nach der Buchung, spätestens aber 48 Stunden vor Abflug. Optisch kommt die Bestellmaske wie ein virtuelles Tablet daher. Das System soll laut Airline eine Bordverpflegung garantieren, welche individuelle Vorlieben und «Diätpläne, medizinische Einschränkungen sowie religiöse Essensgewohnheiten» berücksichtigt. «Als Airline verdienen wir unser Geld damit, dem Gast den bestmöglichen Service zu liefern.



Individuelle Bordverpflegung per Mausclick bei Air Baltic.

Deshalb war es an der Zeit, ein individuelles Ess-Bestellsystem anzubieten, das unsere Gäste von jedem «normalen» Restaurantbesuch ja längst gewohnt sind. Das sollte auch im Flugzeug normal werden», sagt Janis Vanags, Vice President Corporate Communications bei Air Baltic, zum neuen System. Es soll der hybriden Airline, bei der F&B in der Business-Klasse inkludiert ist und im Economy-Segment eben via «Buy-on-board»-Prinzip läuft, Mehrumsätze beschreiben. Die Zeichen dafür stehen gut: Seit der Einführung des Systems

Welche Gerichte wurden konkret ins Angebot aufgenommen? Das habe man nach sorgfältiger Analyse des bisherigen Bestellverhaltens entschieden. Es zeichnen sich laut Vanags offensichtliche Regelmässigkeiten ab, was um welche Uhrzeit auf welcher Flugverbindung am meisten bestellt wurde, und das hätte man natürlich in die Konzeption einfließen lassen.

«Individuelle Essensbestellung sollte auch im Flugzeug normal werden.»

Janis Vanags
Vice President CC Air Baltic

Anfang Oktober 2013 hätten die Passagiere im Vergleich zu den Vorjahren bereits 10 Prozent mehr für F&B ausgegeben, sagt Vanags. Und das «virtuelle Tablet» ist bereits ausgezeichnet: Jüngst ist es von Airlinetrends.com zu einer der besten Service-Innovationen einer Airline 2013 gekürt worden (siehe Text unten).

Zusammen entwickelt hat Air Baltic das neue System mit dem Catering-Unternehmen LSG SkyChefs, das im Flughafen Riga täglich 4500 Gerichte produziert.

Ohne konkrete Zahlen zu nennen, beschreibt Janis Vanags die Entwicklungs- und Einführungskosten für das neue Bestellsystem als Online-Tool als «vergleichsweise gering, sieht man auf andere, erheblich kostenintensivere Investitionsposten im heutigen Flugbusiness».

Fakten Die ausgezeichneten Airline-Innovationen für das Jahr 2013

Jährlich zeichnet das unabhängige Marktforschungsinstitut Airlinetrends.com ihre «Top 10 der Service-Innovationen» aus. Neben dem personalisierten Bestell-System der Air Baltic wurden für 2013 prämiert: Diverse Fluggesellschaften lassen ihre Gäste vermehrt Inhalte auf ihre Smartphones, Tablets etc. vor dem Flug downloaden. Ebenso ermuntern sie die Passagiere verstärkt zu Off- und Online-Servicefeedback. British Airways testet elektronische Gepäckschneide. Der Low-Cost-Carrier Norwegian vergrössert sein Inflight Entertainment.

Delta stattet die Cabin-Crew mit speziellen Smartphones aus für Onboard-Service und Verkauf und arbeitet mit Westin Hotels zusammen für eine In-flight-Version der Westin Bett- und Kissenkollektion. Air Canada's neue Discount-Linie Rouge kooperiert mit Disney für das Customer-Service-Training. Dallas/Fort Worth Airport hat mit Marriot ein Pilotprojekt für ein ruhigeres Security Check-in lanciert. Und Qantas testet Technologie für eine bessere Social-Media-Kommunikation. www.airlinetrends.com



Hausbäcker der Schweizer Bergrestaurants.

Romer's Backkunst hat vierzig Jahre Tradition - Sie schaffen das in wenigen Minuten. Mit unseren hochwertigen, in der Schweiz hergestellten Backwaren. Wir produzieren über 200 Sorten in verschiedenen Fertigungsstufen und liefern in den hintersten Winkel der Schweiz. Damit Sie zu jeder Tageszeit offenfrische, salzige oder süsse Backwaren in bester Bäcker-Qualität servieren können. Nebst Bergrestaurants bedient Romer's auch andere Unternehmen mit viel Andrang.

Rufen Sie uns an unter Telefon 055 293 36 36 oder besuchen Sie www.romers.ch.



impresum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldarar/aca
fokus: Alex Gertscheny/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

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

Grafik und Produktion: Carla Barron/cbs; Roland Gerber/rg; Sarah Hinini/shi (Praktikantin); Daniel Steim/ste

Korrektorat: Paul le Grand.
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Allesch/npa
Praktikum: Arbresha Veljic/av
Koordination: Daniel Steim

Verlag

Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hännli.
Stelleninseerater: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Arbresha Veljic/av
Geschäftsanzzeigen: 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
Abonnement: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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



Sozial ausgerichtetes Haus: Das «Mercato» in Aarberg bietet Jugendlichen und Erwachsenen in den Bereichen Küche, Service und Hauswirtschaft die Möglichkeit zur beruflichen Rehabilitation und Tagesstruktur. Zum Restaurant samt integriertem Spezialitätenladen gehört neu auch die hauseigene Pastaproduktion. Bilder: zvg

Hotellerie

20 Jugendliche erhalten Einblick in Hotel-Berufe

Vom 19. bis 22. Januar 2014 findet in den Matterhorn Valley Hotels in Grächen ein Schnuppercamp statt. Damit unterstützt hotelleriesuisse und der Walliser Hotelier Verein mit Unterstützung des Kantons Wallis die Nachwuchsförderung für Hotel-Berufe. 20 Jugendliche aus elf Kantonen erhalten Einblick in die Bereiche Réception, Hauswirtschaft, Restauration und Küche. Das Camp wird erstmals zweisprachig (D und F) durchgeführt.

www.hotelleriesuisse.ch/schnuppercamp

Tourismus

Retterhund Barry erhält eine eigene Ausstellung



Bis anhin fristete der ausgestopfte Original-«Barry» ein bescheidenes Dasein in einer Vitrine des Naturhistorischen Museums in Bern. Zum 200. Todestag per Juni 2014 nun erhält der legendäre Bernhardinerhund eine Dauerausstellung, teilt das Museum mit. Die Ausstellung will die Legenden, die sich um Barry ranken, ausleuchten und aufzeigen, was Realität und Mythos ist. «Barry» soll zudem auch vermehrt Touristen ins Museum locken.

www.nmbe.ch

Gastronomie

Relais & Châteaux lanciert ein Gourmet-Festival

Die Vereinigung von Hotels und Spitzenrestaurants, Relais & Châteaux, feiert heuer ihren 60. Geburtstag und lanciert ein Gourmet-Festival: Über das ganze Jahr treffen sich Meisterköche aus dem In- und Ausland bei ihren Berufskollegen in Mitgliedshäusern in der Schweiz und in Liechtenstein, um für Gäste zu kochen. Auftakt macht das «Chalet d'Adrien» in Verbier, wo Patrick Bertron (3 Michelin-Sterne) vom «Le Relais Bernard Loiseau» in Frankfurt mit Mirto Marchesi (1 Michelin-Stern) kocht.

www.relaischateaux.com

Neues Fast-Casual-Lokal mit Pasta- und Pizza-Klassiker



An der Löwenstrasse in Zürich eröffnet das **Ristorante Spiga** seine Tore. Das Fast-Casual-Restaurant bietet auf 500 Quadratmetern Platz für 100 Gäste, sein Angebot umfasst neben Pasta- und Pizza-Klassikern auch Salate und Snacks. Dabei bestellt und bezahlt der Gast am Counter, und die Gerichte werden in kurzer Zeit in der offenen Küche zubereitet. fee

www.spiga-ristorante.ch

«Hier sind alle integriert»

Ob Praktika, IV-Anlehre oder Vollelehre: Im Restaurant Mercato Aarberg erhalten Jugendliche und Erwachsene mit psychosozialen Problemen eine Arbeitsmöglichkeit.

CHRISTINE KÜNZLER

Der Service ist freundlich und gepflegt, die Speisen sind von hoher Qualität, und das Ambiente im Aarberger Restaurant Mercato ist südländisch inspiriert. Anders als in den meisten anderen Betrieben aber leidet ein Teil der Mitarbeitenden unter psychosozialen Problemen. Ist der freundliche junge Mann, der das Mittagessen serviert, ein Festangestellter oder Teilnehmer des Integrationsprojekts? Die Frage bleibt offen. «Alle sind hier integriert – es ist nicht ersichtlich, wer zu den acht Festangestellten gehört und wer hier eine Lehre oder ein Praktikum macht», sagt Simon Weber, «Mercato»-Geschäftsleiter und ausgebildeter Sozialpädagoge. Beim Pizzaofen stehen zwei Männer, der eine etwas älter. «Das sind zwei Lernende», erklärt er. «Die geben sich gegenseitig ihr Wissen weiter.» Der Jüngere ist in diesem Fall gar der «Ältere», er hat bereits mehrere Monate in der «Mercato»-Küche gearbeitet. Der an Jahren Ältere absolviert eine Zusatzlehre als Pizzaiolo. Die beiden haben gute Chancen, eine Stelle zu finden: «Mercato»-Pizzaioli sind auf dem Markt sehr begehrte.

Wer am Integrationsprojekt teilnimmt, ist vermittelt worden: etwa von den Jugendanwaltschaften des Kantons Bern, der Kantonalen Beobachtungsstation Bolligen oder der Fachstelle Arbeitsintegration Biel. Sie übernehmen denn auch die Kosten für die Ausbildungsplätze. «Wir machen auch Abklärungen bezüglich Arbeitsfähigkeit für die IV», so Weber. Das «Mercato»-Angebot richtet sich an Jugendliche und Erwachsene zwischen 16 und 50, die zeitliche Dauer variiert zwischen zwölf Wochen und zwei bis drei Jahren – je nach Lehre.

Wenn nötig, werden zusätzlich Nachhilfestunden geboten

Das Integrationsprojekt ermöglicht Arbeitstrainings, Praktika, Vorlehren, IV-Anlehren und seit drei Jahren auch Attestlehren (vormals Anlehre) und Vollelehren, letztere jedoch nur im Bereich Service. Praktikum und Vorlehre sind in der Küche, im Service und in der Hauswirtschaft möglich, ein Arbeitstraining und eine IV-Lehre nur in Küche und Hauswirtschaft. Eine Attestlehre wird in allen drei Berufen angeboten. Wer gerne Pizza bäckt, kann ein Praktikum oder eine Vorlehre (Koch) absolvieren. Die Auszubildenden werden mit Fachunterricht und wenn nötig mit Nachhilfestunden unterstützt. «Die zwei Jugendlichen, die in den letzten zwei Jahren bei uns eine Attestlehre ab-

solviert haben, haben sofort eine Stelle im Erntemark gefunden», freut sich Weber. Die junge Dame absolviert nun in einem Restaurant eine Vollelehre, der Mann ist in der Systemgastronomie tätig. Die Rückmeldungen der neuen Arbeitgeber seien durchwegs positiv.

Zum «Mercato» gehört als weiteres Standbein der im Restaurant integrierte Laden mit italienischen Spezialitäten. Die ausserlesenen Weine, die Weber bei italienischen Weinbauern bezieht, die er persönlich kennt, liefert er auch in Hotels. Und die in der «Mercato»-Küche zubereiteten Teigwaren und Köstlichkeiten erfreuen auch die Gäste anderer Restaurants.

Standortbestimmungen auch mit zuweisenden Stellen

So einfach, wie es gegen aussen wirkt, ist die Zusammenarbeit mit sozial benachteiligten Menschen jedoch nicht. «Die Arbeit ist aufwendig, weil viele Voraussetzungen fehlen wie etwa Pünktlichkeit und Kontinuität», so Weber. Dass jemand nicht oder zu spät zur Arbeit erscheint, komme immer wieder vor. «Wir zeigen ihnen, dass wir auf sie setzen und ihre Mitarbeit wichtig ist. Wenn es jedoch gar nicht geht, brechen wir die Zusammenarbeit ab», sagt er. «Mir ist es besonders wichtig, dass sie ihre Ziele selber formulieren.» Regelmässige Standortbestimmungen mit dem Mitarbeitenden, der zuwei-

senden Stelle und dem Geschäftsleiter sollen diesbezüglich Klarheit schaffen.

Das Restaurant bietet im Sommer 120, im Winter 80 Plätze

Webers Bilanz ist eine positive: «Wir haben uns in Aarberg unseren Platz erarbeitet, trotz der grossen Konkurrenz.» Das Res-

taurant, im Sommer hat es rund 120 Plätze, im Winter 80, sei gut frequentiert. Das Konzept mit zwei Menüs am Mittag und den je drei Vorspeisen, Primo Piatti und Hauptspeisen am Donnerstag-, Freitag- und Samstagabend findet Anklang, die Spezialitäten und Pizzen im Laden viele Abnehmer.

Das Projekt Von der Stiftung Terra Vecchia initiierte Rehabilitationsstätte

Das sozial ausgerichtete Restaurant Mercato in Aarberg BE wird von der Stiftung Mercato getragen. Der Betrieb ist eine Weiterentwicklung des ehemaligen Restaurants Schlüssel in Detligen, einer Rehabilitationsstätte für Drogenabhängige, welches von der Stiftung Terra Vecchia gegründet worden war. Heute liegt der Schwerpunkt nicht mehr auf Drogenabhängigen, sondern schwergezügigt auf Menschen mit psychosozialen Problemen. Das «Mercato» bietet erfolgreichen Therapieabsolventen und anderen, von Arbeitslosigkeit und Invalidität bedrohten Jugendlichen und Erwachsenen eine Arbeitsmöglichkeit und eine Tagesstruktur – mit dem Ziel beruflicher Rehabilitation und Selbständigkeit.

Das Restaurant wird wirtschaftlich und fachkompetent geführt und strebt einen ganzheitlichen Betrieb an. Die Klienten arbeiten in einem realitätsnahen Gastronomie- und Verkaufsbetrieb, sie werden in einem Klima von Akzeptanz und Toleranz ausgebildet, gefördert und gefordert. Neben dem Geschäftsführer Simon

Weber, der zu 90 Prozent angestellt ist, vermittelt eine Gastronomieleiterin, drei Köche, ein Chef de Service und eine Hauswirtschaftslehrerin das Fachwissen. Die meisten dieser Festangestellten sind teilzeitangestellt. Aushilfen, eine Buchhalterin und ein Lehrer ergänzen das Team.

Die Immobilie, in der das Restaurant eingemietet ist, gehört der Bieler Stiftung Wunderland. Diese unterstützt und fördert kulturelle, soziale, ökologische, erzieherische, wissenschaftliche, gesundheitsfördernde, humanitäre oder karitative Projekte und Institutionen, indem sie Liegenschaften, Gebäude und sonstige Räume zu günstigen Bedingungen zur Verfügung stellt oder bei deren Finanzierung mithilft. Die Stiftung fördert zudem kostengünstigen Wohnraum sowie die öffentliche Zugänglichkeit oder Nutzung bemerkenswerter Objekte. Der Stiftung Wunderland gehören unter anderem die Immobilien der «Auberger aux 4 vents» in Fribourg und des vorübergehend geschlossenen Restaurants Kreuz in Nidau. ck

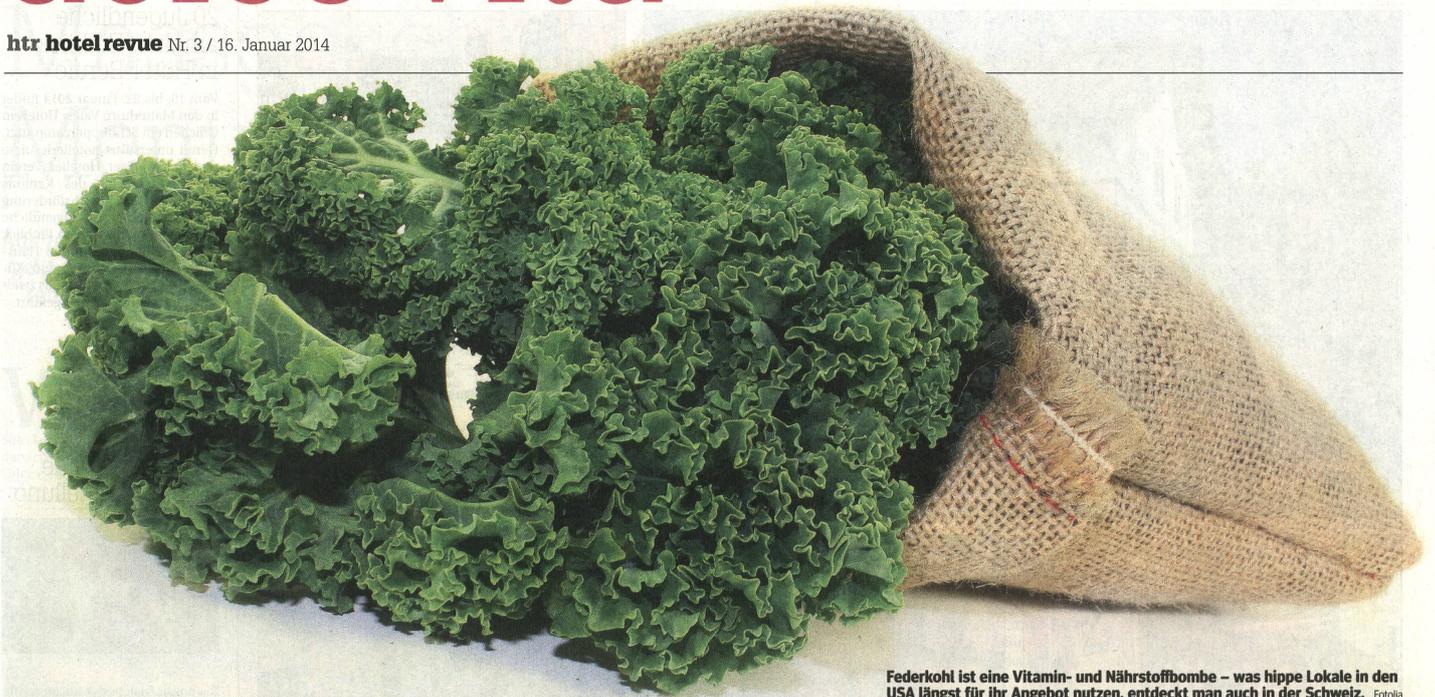
www.mercatoaarberg.ch



«Wir zeigen ihnen auf, dass ihre Mitarbeit wichtig ist und wir auf sie setzen.»

Simon Weber
Geschäftsführer «Mercato»

ab», sagt er. «Mir ist es besonders wichtig, dass sie ihre Ziele selber formulieren.» Regelmässige Standortbestimmungen mit dem Mitarbeitenden, der zuwei-



Federkohl ist eine Vitamin- und Nährstoffbombe – was hippe Lokale in den USA längst für ihr Angebot nutzen, entdeckt man auch in der Schweiz. Fotolia

Kleiner Kohl, grosse Wirkung

Federkohl wird in den USA als hippe Produkt der Stunde gefeiert – hierzulande ist er noch immer wenig bekannt. Jetzt entdecken Gastronomen das gesunde Wintergemüse neu.

SABRINA GLANZMANN

Ich kann von Grünkohl gar nicht genug bekommen. Ich begehre ihn.» In den USA sagen Schauspielerinnen wie Julia Stiles öffentlich solche Sätze. Auf Foodblogs schreiben Trend-Autoren für die besten Rezepte mit «Kale» – so heisst das sattgrüne Gemüse auf Englisch – um die Wette. Und In-Lokale in New York oder Los Angeles sind heute nur dann wirklich «in», wenn sie mindestens einen rohen «Kale Salad» auf der Karte haben.

Das gilt zum Beispiel für das «Five Leaves» in Brooklyn: Dort massiert Chef Ken Addington die krausen Kohlblätter vor der Verarbeitung liebevoll. Seine Gäste hätten «rebelliert», als er sein Signature Dish, den Toskanischen «Kale Salad» mit Sardellen-Haselnuss-Gaudadressing, von der Karte nehmen wollte, sagte er schon letzten August in einem Beitrag

des Bayerischen Rundfunks. Bilder von Jennifer Aniston und Co., die eifrig Fruchtsäfte mit Grünkohl trinken oder getrocknete, gewürzte «Kale Chips» knabbern, füllen Lifestyle-Magazine, während das hippe Gemüse «hierzulande noch nicht so bekannt ist», sagt Stéphanie Hochstrasser von der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE). Dabei – und das dürfte der Grund sein für die Kale-Liebe der gesundheitsbewussten US-Stars – strotzt es von Vitaminen, Mineralstoffen und Spurenelementen. Der Gehalt von Provitamin A und Calcium etwa ist laut Hochstrasser «im Vergleich zu anderen Gemüse- und Kohlarten ausserordentlich hoch». Mit bis zu 150 Milligramm pro 100 Gramm gehört Grünkohl zu den vitamin-C-reichsten Lebensmitteln überhaupt.

im Restaurant Meridiano im Kur-saal Bern, stammt ursprünglich zwar aus dem südlichen Allgäu, kennt Grünkohl aber bestens aus seiner Lehrzeit. «Er war eine Zeit lang in der Gastronomie ziemlich in Verruf geraten, was aber auch daran lag, dass er oft zu Tode gekocht wurde.» Leimbach beobachtet heute eine Art «Neu-Entdeckung» des Federkohls in der Schweizer Gourmetgastronomie, ähnlich der Entwicklung in Deutschland mit Spitzenköchen wie Andree Köthe (siehe Text unten): «Kurz blanchiert ist er eine sehr gute Alternative zu Spinat, und frittiert als Amuse Gueule harmonisiert Federkohl zum Beispiel sehr gut mit Pistazien-

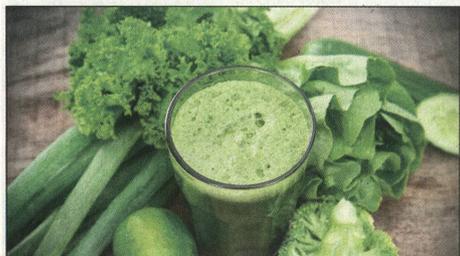
«Gerade Federkohl wurde viel zu lange zu Unrecht als Produkt unterschätzt.»

Menad Mlinarevic
Head Chef Park Hotel Vitznau

mousse.» Am besten schmecke Federkohl, wenn er kurz vor der Ernte Frost abbekommt. Seine Stärke wandelt sich so in Zucker um, was den Geschmack mildert. Menad Mlinarevic, 2-Sterne-Chef im Park Hotel Vitznau, hat momentan gerade einen Fleischgang im Menu, welcher mit diversen Kohlsorten daherkommt. Diese sind alle verschieden zubereitet. So gibt es zur geschmorten Kalbsbacke Rosenkohl, gepickelt und geröstet, kalt geräuchert und kurz in Weisskohlsaft sautierter Spitzkohl, einen Weisskohl, bei 170 Grad vier Stunden im Ofen geschmort, und Grün- respektive Spitzkohl als Püree und kurz blan-chiert und in einer Essig-Kohlma-rinade. «Kohl im Allgemeinen, aber gerade auch Federkohl, wurde viel zu lange völlig zu Unrecht unterschätzt als Produkt», sagt Mlinarevic. Der Koch, der sich momentan verstärkt mit Fermen-

tation als Methode beschäftigt, wird in diesem Zusammenhang unter anderem auch weiter mit Kohl arbeiten.

Vreni Giger, 17-Punkte-Chefin im St. Galler «Jägerhof», nutzt Federkohl im Winter gerne als «grüne Komponente neben dem vielen Wurzelgemüse». Bis in den frühen 2000er-Jahren hat Giger das Gemüse selbst noch nicht gekannt. Damals sei die Auswahl für das Bio-zertifizierte Restaurant oft noch etwas schwierig gewesen, «wir nahmen händerringend alles, was uns die Bauern brachten – eben auch Federkohl. Seither schätze ich ihn sehr.» Diese Saison zum Beispiel im winterlichen Gemüse- ragout zur Polenta. Auch blan-chiert zu gedünstetem Fisch oder ohne Stängel zum Garnieren, «ein bisschen wie Lollo-Rosso-Salat», verwendet Vreni Giger Federkohl gerne. «Eine deftige Zubereitung ist definitiv passé», sagt sie.



Schweiz: Federkohl-Anbau auf etwas über 5 Hektaren

Die Schweizer «Unbekanntheit» von Federkohl, wie das Kreuzblütengewächs hierzulande genannt wird, spiegelt sich auch in seiner Anbaufläche. Wurden 2012 insgesamt 190,38 Hektaren Weisskohl angebaut, ist die Fläche von Federkohl mit 5,15 Hektaren (davon 1,1 Hektare Bio-Anbau) vergleichsweise klein, wie aus dem Statistischen Jahresbericht der Schweizerischen Zentralstelle für Gemüsebau und Spezialkulturen hervorgeht. Im selben Jahr geerntet wurden 51 Tonnen Federkohl gegenüber 5355 Tonnen Weisskohl. Zum Vergleich: 5700 Tonnen Federkohl erntet man jährlich allein in Niedersachsen, das im «Grünkohl-Mekka» Norddeutschland liegt, wo Eintöpfe mit Würsten, Speck und Pökelfleisch fest zur kulinarischen Tradition gehören und auf «Kohlfahrten» sogar «Kohlkönige» gekürt werden. Jan Leimbach, 17-GM-Punkte-Chef



Von Eintopf mit Wurst weit entfernt: Federkohl als Zutat in «Green Smoothies» und getrocknet als gesunde «Chips». Bilder © Stock

Andree Köthe Der deutsche Spitzenkoch setzt auf den Geschmack von «einfachen» Gemüsesorten wie Federkohl

Ob er am St. Moritz Gourmet Festival 2014 Federkohl-Kreationen auf-tischen wird, das verrät Andree Köthe noch nicht. Sicher ist aber, dass er am 27. Januar, wenn das Festival beginnt, sowieso eine ge-hörige Portion Gemüse als Gast-koch ins Hotel Schweizerhof bringt. In seinem Restaurant Essigbrätlein in Nürnberg ver-zichtet der Spitzenkoch (2 Michelin-Sterne, 18 Gault-Millau-Punkte) mit dem Team um Partner und Küchenchef Yves Ollech weitest-gehend auf jegliche Luxus-produkte. Stattdessen setzt man im 20-Plätze-Lokal konsequent auf den Geschmack vermeintlich einfacher Gemüsesorten und ungewöhnlicher Kräuter aus biologischer Produktion. Ein viel zitiertes Exempel für diese Küche ist das 1999 entstandene, mittler-weile zum Signature Dish avan-cierte Gericht «Rote Bete mit Kümmelkaramell und Roquefortcreme».

Konkret mit Feder- respektive Grünkohl hatte Andree Köthe schon gearbeitet, als eine ernst-hafte Verarbeitung von Kohl in der Gourmet-Gastronomie noch gar kein Thema war. Aber spä-ter als ihn Gault Millau zum deutschen «Koch des Jahres 2012» kürte, bekamen Krea-tionen wie Grünkohlensaft mit Apfel- und Kartoffelsalat, gebratene Grünkohlherzen mit kandiertem Meerrettich, Reh und Anis mehr Aufmerksam-keit.

Das Kohlgemüse interessiert Köthe bis heute: «Wir verarbeiten Grünkohl zu eleganten, leichten Gerichten. Die Farbe und die Texturen sind dabei entschei-dend», sagt er. Im «Essigbrätlein» verwendet man alle Teile des Grünkohls: «Die inneren kleinen Blätter braten wir, die mittleren Blätter schneiden wir fein und frittieren sie, die äusseren Blätter entsaften wir mit den Abschnit-ten von den Stielen, die Stiele schälen wir und schneiden sie



Bei Andree Köthe ist Gemüse Ausgangspunkt der Gerichte. zvg

sehr fein.» Aktuell kombiniert er das mit roher Seeforelle zum Ge-richt «Marinierte Seeforelle mit Grünkohl, eingelegter Zitrat-melone, Zitronenreis». «Der Grün-kohl mit seinen unterschiedli-chen Texturen passt hier sehr gut zur Forelle, die Zitratmelone bringt die Verbindung mit Süsse und Säure», erklärt Andree Köthe seine Kreation.

www.stmoritz-gourmetfestival.ch/de/gastkoeche

PROFIL

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

Nr. 3 · 16. Januar 2014

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE[®]
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

LEARNING BY DOING

46 Teilnehmende haben bis heute den Ausbildungszyklus «Learning by Doing» abgeschlossen. Seit drei Jahren schreibt hotelleriesuisse dieses Angebot ebenso für langjährige als auch für zukünftige Ausbildungsverantwortliche von Hotelfach- und Restaurationsfachleuten aus. Während sechs Tagen werden Wissen, Tipps und Tricks rund um die Ausbildung und Betreuung von Lernenden – auch in Problemsituationen – aufgrund der aktuellen Ausbildungsunterlagen und mit erfahrenen Referenten vermittelt und praxisnah geübt. Schwerpunkte liegen auf dem regen Erfahrungsaustausch, dem gemeinsamen Trainieren sowie auf der Suche nach optimalen Vorgehensweisen (Best Practice). Durch die vertieften und spezifischen Kenntnisse sind die Berufsbildner in der Lage, die Qualität der Ausbildung der Lernenden nicht nur zu halten, sondern sogar zu erhöhen. Lernende vom ersten Tag an zu führen, instruieren, begleiten und immer wieder zu motivieren, muss gelernt sei. Durch den regen Erfahrungsaustausch mit Gleichgesinnten und durch die vielen Tipps und praxisnahen Hinweise sind die Teilnehmenden nach dieser Weiterbildung definitiv fit für ihre Aufgabe! Auch haben sie sich einige wertvolle betriebsspezifische Ausbildungsinstrumente erarbeitet.

Kursinhalte

Folgende Inhalte erwarten die Interessenten: von der Selektion zur Anstellung, Einführung und Arbeits- und Rechtsgrundlagen, Inhalte der Lerndokumentation, Qualifikationsverfahren

ren sowie Weiterbildung und Umgang mit Lernenden. Abgerundet wird die Modulausbildung mit Best Practice, Umsetzung und Transfer in die Praxis. Ein spezieller Höhepunkt ist das Modul mit dem Jugendpsychologen Leo Gehrig. Er lehrt die Teilnehmenden, das Jugendalter als besondere Entwicklungsphase zu verstehen, darauf ein situatives Führungsverhalten aufzubauen und erfolgreiche Gespräche zu führen und Konflikte zu lösen. Der Trainingszyklus beinhaltet den Kursausweis für Berufsbildnerinnen und Berufsbildner in Lehrbetrieben gemäss der Verordnung über die Berufsbildung und basiert auf dem Lehrplan der SBBK.

Für ein jährliches Update bietet sich für Berufsbildnerinnen und -bildner die Gelegenheit, an einem Nachmittag das Neueste aus der Berufsbildung zu erfahren, sich praxisnah und vertieft mit einem Fachthema in der Ausbildung auseinanderzusetzen und mit anderen Kolleginnen und Kollegen Erfahrungen auszutauschen.

Weitere Informationen über das Angebot «Learning by Doing» finden Sie unter www.hotelleriesuisse.ch/unternehmerbildung



Claudia Wagner
Gastgewerbliche Berufsbildung
www.hotelleriesuisse.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Kluge Leute können sich
dumm stellen, das
Gegenteil ist schwieriger»

Kurt Tucholsky

AGENDA

19. JANUAR

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

30. JANUAR

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

3. FEBRUAR

«Lernende trimmen sich fit»,
vom Berufsverband Restauration,
in Unterentfelden
www.hotelgastrounion.ch

20. FEBRUAR

«Mental fit für die Prüfung», vom
Berufsverband Hotel · Adminis-
tration · Management, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

22. FEBRUAR

«QV-Vorbereitungstag»,
vom Berufsverband Hotellerie-
Hauswirtschaft, in Liestal
www.hotelgastrounion.ch

27. FEBRUAR

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

4. MÄRZ

«Ausbildung zum Qualitäts-
Coach Stufe 1»,
von hotelleriesuisse,
im Hotel Cascada, in Luzern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

Gesucht: Eierbecher
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch

hotel
marktplatz.ch

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

ARBEITSSICHERHEIT

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

Reinigen der Siloanlagen
Gefährdung:
Erstickten

Mögliche Sicherung:
Bei einem Einstieg muss die Rettung immer gewährleistet sein. Die einsteigende Person ist von einer zweiten Person zu überwachen. Die eingestiegene Person muss jederzeit unverzüglich aus dem Silo herausgezogen werden können – auch in bewusstlosem oder leblosem Zustand.

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

MITARBEITER ALS ERFOLGSFAKTOR

Die Mitarbeitenden und ihre Qualifikation sowie die Infrastruktur sind die wichtigsten Faktoren für den Erfolg von Schweizer KMU. Dies ist das Ergebnis einer Studie der Credit Suisse.

Die Unternehmen rechnen damit, dass diese beiden Faktoren auch mittelfristig Vorteile des Standortes Schweiz bleiben. Dabei dürfte der Erfolgsfaktor Mitarbeiter und Qualifikation noch stärker an Bedeutung gewinnen. Insgesamt stellen die KMU dem Standort Schweiz ein gutes Zeugnis aus. Die grössten Herausforderungen sind das wirtschaftliche Umfeld und Auslandsverflechtungen. Allerdings sind viele der KMU rein binnenorientiert. So erwirtschafteten 44 Prozent der befragten Unternehmen ihren gesamten Umsatz im Inland. Die übrigen setzen vor allem auf die Diversifizierung von Lieferanten und Absatzmärkten.

HOFFNUNGSVOLLE ZEICHEN

«Die KMU treten selbstbewusst auf, das ist ein hoffnungsvolles Zeichen», sagte Manuela Merki von Credit Suisse Economic Research. Stark gefordert waren die KMU in den vergangenen Jahren durch intensiven Wettbewerb, Lohnniveau, Preisdruck und Nachfragetrends. Beim wirtschaftlichen Umfeld rechnen die Befragten mit einer Verschlechterung, so dass weitere Massnahmen zur Reduktion der Kosten oder Steigerung der Effizienz nötig seien. Überraschend negativ beurteilten die Unternehmen die regulatorischen Rahmenbedingungen, sagte Nicole Brändle von Credit Suisse Economic Research. Bei KMU fielen administrative Belastungen stärker ins Gewicht als bei Grossunternehmen. Dabei gibt es jedoch regionale

und branchenspezifische Unterschiede. Am negativsten sehen KMU aus den Bereichen Tourismus und Unterhaltung, Handel und Verkauf sowie Bau diesen Faktor. Die grössten volkswirtschaftlichen Risiken in den nächsten ein bis zwei Jahren sehen die Befragten in einer globalen Rezession, Fachkräftemangel und zunehmendem Wettbewerb. 59 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass die Wahrscheinlichkeit eines Fachkräftemangels gross bis sehr gross ist. Dem Fachkräftemangel versuchen die KMU mit verschiedenen Massnahmen gegen-zusteuern. Dazu gehören gute Arbeitsbedingungen, Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten, die Schaffung von Lehrstellen und attraktive Löhne. Vom Staat erwarten die Unternehmen, dass das Bildungssystem besser auf den Arbeitsmarkt ausgerichtet wird. Nur 27 Prozent der befragten KMU halten eine weitere Förderung der Einwanderung von Fachkräften für eine geeignete Lösung gegen den Fachkräftemangel. 32 Prozent der Befragten gab an, Fachkräfte im Ausland zu rekrutieren. Weitere Gefahrenquellen bilden Rohstoff- und Energiepreise, auf die die KMU noch nicht optimal vorbereitet sind, sowie Wechselkursentwicklungen. Mit der Studie will Credit Suisse den KMU aus verschiedenen Branchen eine Orientierungshilfe bieten, damit diese sich mit ihren jeweiligen Erfolgsfaktoren und Risiken auseinandersetzen. Bislang untersuchen nur 23 Prozent der KMU ihre Risiken systematisch, 61 Prozent gaben an, dies «nur situativ» zu tun.

Christian Greder

BUCHTIPP

WENN PAARE UNTERNEHMEN FÜHREN

Paare, die zusammen ein Unternehmen leiten, gibt es viele. Lianne Fravi und Bettina Plattner-Gerber zeigen, wie Führungs- und Unternehmerpaare glücklich zusammenleben und erfolgreich das gemeinsame Unternehmen führen, welche Hürden dabei zu nehmen sind und mit welchen Erfolgsstrategien sie ihre Ziele erreichen. Lianne Fravi und Bettina Plattner-Gerber zeigen in ihrem Handbuch die Hürden der gemeinsamen Arbeit auf und vermitteln Erfolgsstrategien. Sie analysieren die «Innen- und Aussenpolitik» in der Führungs-kommunikation, bieten beispielhafte Lösungswege und einen Fragenkatalog für den Paardialog. Lianne Fravi ist Psychologin mit eigener Praxis in Affoltern bei Zürich. 2001 gründete sie mit ihrem Mann das Beratungsunternehmen Fravi & Fravi AG – Für die Entwicklung von Menschen und Unternehmen –, das beide zusammen seither als Führungsduo leiten. Bettina Plattner-Gerber ist Dipl.-Hötelière. Zusammen mit ihrem Mann hat sie 2010 die Plattner & Plattner AG gegründet und 2012 ein neues Konzept für Ferienwohnungen mit Dienstleistungen lanciert.



hoteljob.ch ist mehr als nur eine Stellenplattform!



Kurse
Berufsportraits
Lehrstellen
Jobangebote
Ratgeber
Veranstaltungen
Praktikumstellen
Bewerberdossiers

hoteljob.ch

Komforthotel mit Restaurants & Lounge direkt am Zürichsee

Die bevorzugte Lage des attraktiven Kleindoms mit Restaurant, F & B-Outlet für Spezialanlässe, Lounge & Terrasse direkt am Ufer des Zürichsees verleihen diesem attraktiven Kleinod einen Hauch von südländischem Ambiente. Ob ein romantisches Abendessen zu zweit, ein Businesslunch oder eine unvergessliche Hochzeit: Für alles ist gesorgt; die Infrastruktur ist optimal ausgelegt.

Ziel der Stelle: Gastfreundschaft auf hohem Level zelebrieren! Die einem F & B-Koordinator nicht unähnliche Position umfasst Teamleitung, Planung, Budgetierung und Offertwesen sowie die Verantwortung für alle gastronomischen Aspekte im Rahmen von Caterings, Seminaren, Workshops und Special Events sowie des Frühstücksservice. Gute Weinkenntnisse erleichtern Ihnen die Aufgabe.

Restaurantleiter w/m

dem Hoteldirektor direkt unterstellt

Kundenwünsche sorgfältig analysieren, systematisch erfassen und professionell umsetzen sind Ihre Stärken. Als ambitionierte Nachwuchskraft im Idealfall von ca. 25-30 wollen Sie Ihre Karriere auf Stufe Restaurantführung konsolidieren. Wir bieten Ihnen dazu die geeignete Plattform. – Eine Servicefach-Ausbildung sowie einen Leistungsausweis als Teamleader an der Servicefront bringen Sie mit.

«Ärmel hochkrepeln» und «den Gast in den Mittelpunkt stellen» sind für Sie keine Schlagworte! Suchen Sie das Besondere? Dann sollten wir uns kennen lernen. Der Eintrittstermin kann per März bzw. nach Vereinbarung erfolgen. Wollen Sie mehr erfahren? Dann bitte CV mit Foto via Mail senden oder ganz einfach anrufen. Wir sind gespannt auf Sie und das Gespräch mit Ihnen!

Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

30552-1074

Hier geht die Post ab: One of the best Lifestyle Boutique Hotels

Geniale Architektur, Design-Zimmer & -Suiten auf höchstem Niveau, Toplage in einer der exklusivsten, weltweit bekannten **Premium Resort-Destinationen** der Deutschschweiz und die im Mittelpunkt stehenden aussergewöhnlichen Gastronomie- & Unterhaltungsbetriebe verbinden sich zu einem einzigartigen Ganzen. Attraktive Restaurants, Bars und Clubs ziehen Gäste von weither an!

Dank grossem Unterhaltungsangebot und zauberhaftem Ambiente à la «small luxury & smart casual» hat sich dieses Unternehmen im Markt hervorragend etabliert. Was jetzt noch fehlt sind Sie: Eine jüngere, lifestyle-orientierte, erfahrungsfähige **Hospitality-Persönlichkeit** mit feinem Gespür für Kundenbedürfnisse und dem «Blick für das Ganze».

Vizedirektor w/m

Mittelfristiges Ziel: Hotel Manager

Für diese spannende «**Hands-On Executive Position**» mit viel Entwicklungspotential benötigen Sie einen Leistungsausweis als F & B Manager, EAM oder als Resident Manager. In enger Zusammenarbeit mit dem Inhaber leiten Sie das F & B inkl. Anlässe & Events und übernehmen sukzessive weitere Aufgaben, wie z.B. Rooms, Sales und die Mitarbeiter-Rekrutierung.

Sie sind **topfit** und kommunizieren brillant auf allen Ebenen. Suchen Sie einem tollen Betrieb mit bis zu 100 Mitarbeitenden in dem im wahrsten Sinne des Wortes die Post abgeht? Dann sollten wir unbedingt miteinander reden! Rufen Sie an! Oder CV/Foto via Mail senden. Eintritt März/April bzw. nach Vereinbarung.

Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

30556-1074

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Sie suchen eine neue Herausforderung in einem innovativen und neuzeitlichen Unternehmen? Wir suchen für unsere Kundin, **der BACK-CAFFEE AG**, in der Verkaufsstelle an der Archstrasse 42, Grenchen, eine unternehmerisch denkende Persönlichkeit als

Stellvertreter/in des Geschäftsführers

www.back-caffee.ch

In dieser vielseitigen und anspruchsvollen Position (Kader) sind Sie die Visitenkarte des Unternehmens. Sie übernehmen die fachliche, personelle und organisatorische Führung eines Teams, das Sie zu Höchstleistungen zu motivieren wissen. In dieser zentralen Funktion sind Sie die Drehscheibe und Anlaufperson für unsere internen und externen Kunden. Dazu gehören die Zusammenarbeit mit dem Geschäftsführer und die Durchführung der Mitarbeitergespräche. Für Ihre Mitarbeiter haben Sie auch unter dem Jahr immer ein offenes Ohr. Sie sind

motiviert und stressresistent

und verfügen über eine Ausbildung im Detailhandel idealerweise mit kaufmännischer Zusatzausbildung. Zudem haben Sie den Berufsbildnerkurs sowie eine höhere Fachprüfung abgeschlossen und sind dienstleistungs- und zielorientiert und haben Vertrauen in Ihre Fähigkeiten und Durchsetzungsvermögen. Sie bewahren im komplexen Umfeld den Überblick und sind es gewohnt selbstständig zu arbeiten.

Die BACK-CAFFEE AG bietet Ihnen eine interessante Tätigkeit in einem gepflegten Umfeld, Einkaufsvergünstigungen und attraktive Anstellungsbedingungen. Sind Sie interessiert?

Wenn ja, erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen bis zum **31. Januar 2014**.

Für Fragen melden Sie sich bei:
Gastroconsult AG | Unternehmensberatung
Urs Schüpbach
Standstrasse 8, Postfach, 3000 Bern 22
Tel. 031 340 66 23 / Fax 031 340 66 33
urs.schuepbach@gastroconsult.ch
www.gastroconsult.ch



30492-1075

Der Verein Schweizer Jugendherbergen betreibt ein Netzwerk von 53 Häusern, die von der romantischen Schotterherberge bis zum Design-Betrieb reichen. Im Fokus der Organisation mit rund 100'000 Mitgliedern steht der qualitätsbewusste, nachhaltige und preisgünstige Jugend- und Familientourismus. Mit 600 Mitarbeitern werden jährlich rund 950'000 Logiernächte generiert.

Per 1. April 2014 oder nach Vereinbarung suchen wir eine Führungspersönlichkeit für die

Bereichsleitung der Betriebe Mitte

Ihre Aufgabe

Sie führen und koordinieren die 15 Betriebsleitungen in den Kantonen AG, BE, BS, LU, SO, SZ, VD, ZG und ZH in fachlicher, administrativer, personeller und finanzieller Hinsicht und rapportieren direkt an den COO. Sie prägen die Marktorientierung der Betriebe mit und bringen Ihr Fachwissen in Projektteams ein.

Was Sie mitbringen

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung in der Hotellerie/Gastronomie (Hotelfachschule oder gleichwertige höhere Ausbildung) und über mehrjährige Führungserfahrung. Sie sind eine unternehmerisch denkende Persönlichkeit mit Affinität zu nachhaltigem Handeln und verfügen über gute Kommunikationsfähigkeiten in deutscher, englischer und französischer Sprache. Sie sind initiativ, belastbar und haben eine hohe Reisebereitschaft.

Wir bieten Ihnen

Diese herausfordernde Aufgabe in einer erfolgreichen, ambitionierten Nonprofit-Organisation eröffnet Ihnen die Chance, mit einem hohen Grad an Selbstständigkeit etwas zu bewegen. Ein motiviertes Team, moderne Arbeitsbedingungen und ein attraktives Leistungspaket wartet auf Sie.

Falls Sie diese anspruchsvolle Kaderposition anspricht, bitten wir Sie, uns Ihre Bewerbungsunterlagen zuzustellen.

Schweizer Jugendherbergen
Fredi Gmür, CEO
Schaffhauserstrasse 14 | Postfach
8042 Zürich
f.gmuer@youthhostel.ch

www.youthhostel.ch



Schweizer Jugendherbergen. So muss es sein.

30524-1076

bener park

VA
BENE

In der Residenz Bener Park, einem modernen Wohnkonzept für Seniorinnen und Senioren, befinden sich neben dem Restaurant VA BENE auch eine Wellnessanlage, drei Gästezimmer, eine Physiotherapie, Arztpraxen, eine Pflegeabteilung, ein Coiffeur sowie eine Massagepraxis. Das mit 14 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnete Restaurant VA BENE mit Apérobar und Banketträumen ist eine der Top-Adressen in Chur und gehört zu den führenden Gastronomiebetrieben der Stadt.

Die Bener-Park Betriebs AG führt das Restaurant VA BENE, die Pflegeabteilung und die Wellnessanlage; sie erbringt den Seniorinnen und Senioren in den 88 Wohnungen verschiedenste Dienstleistungen – von Hilfestellungen der Rezeption über den Reinigungs- und Mahlzeitendienst bis hin zu Pflegeleistungen der Spitex.

Für die Leitung der Bener-Park Betriebs-AG und des Restaurants VA BENE suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n oder ein eingespieltes Paar als

Gastgeber/in, Geschäftsführer/in

Ihre Aufgaben Als Gastgeber für die Residenz und das VA BENE sind Sie direkt dem Verwaltungsrat unterstellt. Sie sind verantwortlich für die operative Führung aller Abteilungen der Betriebs-AG, insbesondere auch derjenigen des Restaurants VA BENE. Ihnen obliegen der gesamte Finanz- und EDV-Bereich, die Personalführung und die Erarbeitung von Betriebs- und Marketingstrategien. Die Verantwortlichen der Bereiche Pflege und Administration und der internen Dienste sind Ihnen unterstellt, und Sie vertreten die Betriebs-AG nach Aussen. Sie pflegen den persönlichen Kontakt mit Gästen, Mitarbeitenden und Bewohnerinnen und Bewohnern. Mit Ihrem Fachwissen stellen Sie die hohe Qualität der angebotenen Dienstleistungen sicher und bauen diese weiter aus.

Ihr Profil Für diese verantwortungsvolle und herausfordernde Position verfügen Sie über eine abgeschlossene Ausbildung in der Gastronomie oder Hotellerie und konnten bereits einige Berufs- und Führungserfahrung in einer ähnlichen Position gewinnen. Als starke und innovative Persönlichkeit mit natürlichem Durchsetzungsvermögen haben Sie ausgeprägte Kommunikationskompetenzen und verstehen es, geschickt zu verhandeln. Sie verfügen über eine stillichere Ausdrucksweise in Deutsch. Weitere Sprachkenntnisse sind von Vorteil. Ihre fundierte Erfahrung im Umgang mit Kunden und in der Führung von Mitarbeitenden erlaubt es Ihnen, auch in hektischen Situationen professionell zu agieren. Sie besitzen Flair im Umgang mit Menschen und sind ein Organisationstalent, das betriebswirtschaftlich denkt und handelt.

Unser Angebot Wir bieten Ihnen eine vielseitige und anspruchsvolle Tätigkeit mit der Möglichkeit, in einem lebendigen und spannenden Umfeld viel bewegen, gestalten und beeinflussen zu können. Die Aufgaben können je nach Profil auch als Team übernommen werden.

Können wir Sie für diese neue Herausforderung begeistern? Für zusätzliche Informationen steht Ihnen Herr Gion Schwarz unter 081 258 78 00 gerne zur Verfügung.

Restaurant VA BENE | Residenz Bener Park | Bener-Park Betriebs AG
Herr Gion Schwarz | Gäugelstrasse 60 | 7000 Chur | Tel. +41 (0)81 258 78 00

www.restaurant-vabene.ch | www.benerpark.ch

echt besser

30553-1076



SCHWEIZERHOF
BERN

WERDEN SIE TEIL EINES FÜHRENDEN EXKLUSIVEN HOTELS DER SCHWEIZ!

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

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

FRONT OFFICE

Rezeptionist
Ablösung Night Manager
Praktikum Front Office

HUMAN RESOURCES

Mitarbeiter HR (befristet für 7 Monate)
Store & Staff Restaurant Manager

TECHNIK - UNTERHALT

Mitarbeiter Technik mit Schwerpunkt MSRL & Veranstaltungs-/Medientechnik

F&B SERVICE

Banquet Operation Manager
Event Sales Coordinator
Chef de Rang
Room Service Mitarbeiter
Barkeeper

HOUSEKEEPING

Etagenmitarbeiter im Stundenlohn

Für alle Stellen setzen wir gute Deutschkenntnisse resp. Kenntnisse anderer Sprachen sowie Erfahrung in der gehobenen Gastronomie/Hotellerie voraus. Weitere Details zu den Stellenangeboten finden Sie unter:
<http://de.buergenstock-selection.ch/corporate/karriere>

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

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



30555-10740



SEMINAR- UND WELLNESSHOTEL
STOOPS

Schöne Aussicht auf einen interessanten Job
Auf dem autofreien Stoops, 1'300m.ü.M. über dem Vierwaldstättersee gelegen, befindet sich unser 4-Sterne Seminar- und Wellnesshotel Stoops. Das privat geführte Hotel verfügt über 78 neu renovierte Zimmer, Seminarräumlichkeiten für bis zu 120 Personen und einen 1100m² grossen Wellness & Spa.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

Stv. Leiterin Hauswirtschaft

Zu Ihrem Aufgabenbereich gehören:
- Stellvertretung unserer Leiterin Hauswirtschaft
- Betreuung unserer Lernenden
- Reinigung von Gästezimmern, von öffentlichen Räumen und diverse Arbeiten in der Lingerie

Sie bringen mit:
- Abgeschlossene Lehre im Hotelfach
- Mindestens 2 Jahre Berufserfahrung
- Organisationstalent und Flair fürs Detail
- Erste Führungserfahrungen

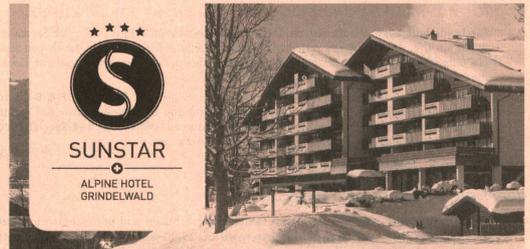
Wir bieten:
- Eine abwechslungsreiche Stelle in einem jungen und dynamischen Team
- Weiterbildung zum Berufsbildner
- Moderne Anstellungsbedingungen

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Seminar- und Wellnesshotel Stoops
Eve Muggenburger, Leiterin HR
Ringstrasse 10, 6433 Stoops
Tel. +41 (0)41-917-44-44
E-mail: hr@hotel-stoops.ch
www.hotel-stoops.ch



30555-10742



SUNSTAR
ALPINE HOTEL
GRINDELWALD

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

30372-10760

Trainee Restaurantleiter/in

«Interessante und vielseitige Aufgaben.»



weitere Jobs unter www.migros.ch

Die Gastronomie der Migros Ostschweiz ist vielfältig, modern und dynamisch. Die Migros-Restaurants und Migros-Take-aways wie auch die Gemeinschaftsgastronomie und Catering Services bieten vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten für motivierte Mitarbeitende und sind verlässliche Partner für unsere Kunden. Deshalb suchen wir Sie, eine **junge Nachwuchskraft mit Führungspotenzial**.

Trainee Restaurantleiter/in, Region Ostschweiz

Ihr Aufgabengebiet

Die Ausgangslage ist einzigartig; in einem individuellen Trainee-Programm (siehe www.traumjob-gastro.ch) durchlaufen Sie sämtliche relevanten Bereiche und lernen die Gastronomie der Migros Ostschweiz, die verschiedenen Betriebstypen sowie die Angebotskonzepte und Prozesse im Detail kennen. Innerhalb von einem Jahr werden Sie mit berufsbegleitenden internen/externen Aus- und Weiterbildungen auf eine Stelle als Restaurantleiter/in oder Take away Leiter/in vorbereitet. Durch Ihre aktive Mitarbeit im Tagesgeschäft unterstützen Sie die Betriebsleiter in den verschiedensten fachlichen und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen.

Unsere Anforderungen

- Eidg. Fachausweis (Hotelfachschule, G2/G3, Detailhandelsökonom) mit 2-4 Jahren relevanter Berufserfahrung in der Gastronomie, idealerweise auch in einer Systemgastronomie
- Ausgeprägte Führungsqualitäten und den Wunsch, zukünftig eine Führungsaufgabe zu übernehmen
- Analytisches, konzeptionelles und betriebswirtschaftliches Denkvermögen
- Kommunikative Persönlichkeit mit hoher Leistungsbereitschaft und einem gewinnenden Auftreten
- Dienstleistungs- und gastgeberorientiertes Denken und Handeln
- Hohe Mobilitätsbereitschaft mit Zug oder Auto (Einsätze finden an verschiedenen Standorten statt)

Wir bieten

Die Migros bietet attraktive Arbeits- und Anstellungsbedingungen.

Möchten Sie ein/e Unternehmer/in der Gastronomie der Migros Ostschweiz werden und sehen Sie diese Herausforderung als Chance, dann sind wir gespannt auf Ihre komplette Online-Bewerbung.

Bei weiteren Fragen wenden Sie sich bitte an Herrn Kurt Widmer, Leiter Verkaufsguppe Gastronomie, Telefon 079 460 78 69.



Gesellschaft Migros Ostschweiz
Cornelia Willi, HR Beratung

MIGROS

30521-10750



ALEXANDER GONZALEZ
Personalmanagement

Sind Sie eine Persönlichkeit mit Leadership und Empathie?

Leiter/in Bildung

Mitglied der Geschäftsleitung

Das Unternehmen Unsere Auftraggeberin hotellerieuisse (www.hotellerieuisse.ch) ist mit ihren über 3'000 Mitgliedern das Kompetenzzentrum für die Schweizer Hotellerie und vertritt als Unternehmerverband die Interessen der national und international ausgerichteten Hotelbetriebe. Am Hauptsitz in Bern beschäftigt der Verband rund 100 Mitarbeitende. Aufgrund der Pensionierung des jetzigen Stelleninhabers suchen wir im Rahmen der Nachfolgeregelung eine/n Betriebswirtschafter/in mit Leadership und Empathie und einer hohen Affinität für Bildungsthemen, als Leiter/in des Geschäftsfeldes Bildung (mit den Teilbereichen "Berufliche Grundbildungen" und "Unternehmerbildung und Produktmarketing") und Mitglied der vierköpfigen Geschäftsleitung.

Ihre Aufgaben Nebst der Geschäftsfeldleitung sind Sie für die Leitung des Teilbereichs „Berufliche Grundbildungen“ direkt verantwortlich. Der zweite Teilbereich „Unternehmerbildung und Produktmarketing“ wird von Ihrem Kollegen geleitet, der gleichzeitig auch Ihr Stellvertreter ist. Sie setzen die strategischen Vorgaben der Verbandsleitung und des CEO um und entwickeln in Zusammenarbeit mit den anderen Geschäftsbereichen die Angebote und die Qualität der Dienstleistungen weiter.

Ihr Profil Sie verfügen über einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss sowie mehrjährige Führungserfahrung in komplexen und anspruchsvollen Strukturen mit Budget- und Prozessverantwortung. Ihre ausgesprochenen Management- und Leadership-Qualitäten sind zusammen mit Ihrer Affinität für Bildungsfragen zentrale Erfolgsfaktoren für Ihre künftige Tätigkeit. Sie denken und agieren marktorientiert und sind in der Lage, Ihren Bereich unternehmerisch weiterzuentwickeln.

In betriebswirtschaftlichen sowie finanztechnischen Fragen sind Sie ebenso versiert wie im Bereich des Produktes- und Projektmanagements. Dank Ihrer Professionalität, Ihrer Überzeugungskraft, Ihres Verhandlungsgeschicks und Ihres Charisma gewinnen Sie den Respekt und das Vertrauen Ihrer internen und externen Partner und nehmen Ihre Repräsentations- und Lobbying-Aufgaben erfolgreich wahr. Sie beherrschen die deutsche Sprache auf hohem Niveau stilsicher. Zudem verfügen Sie über sehr gute Französischkenntnisse.

Ihre Perspektive Ihr künftiger Arbeitgeber widerspiegelt die Branche: einzigartig, spannend, komplex, herausfordernd. Sie haben die nicht alltägliche Möglichkeit, die wichtige Verbandsarbeit aktiv mitzuprägen und einen wertvollen Beitrag für die Bereiche Aus- und Weiterbildung von den Marktbedürfnissen her zu leisten.

Unsere Auftraggeberin bietet Ihnen die Chance auf ein langfristiges Engagement in einem faszinierenden Umfeld. Die Infrastruktur ist modern, die Anstellungsbedingungen entsprechen der Positionierung und dem anspruchsvollen Profil Ihrer künftigen Aufgabe. Ihr Arbeitsplatz befindet sich im Zentrum von Bern.

Ihr Kontakt Alexander Gonzalez nimmt Ihre Bewerbung (vorzugsweise per E-Mail) oder Ihren Anruf entgegen und berät Sie gerne im Rahmen eines persönlichen Gesprächs. Wir sichern Ihnen absolute Diskretion zu.

ALEXANDER GONZALEZ PERSONALMANAGEMENT GMBH
SEMPACHERSTRASSE 5, 6003 LUZERN, TEL. 041 210 50 50
INFO@ALEXANDERGONZALEZ.CH, WWW.ALEXANDERGONZALEZ.CH

5543-10750



HÖTEL Chalet Du Lac
Direkt am Brienzsee

ISELTWALD
bei Interlaken

Für unser Team suchen wir junge, aufgestellte Berufsleute

Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung (teilweise in Jahresstelle)

Service (deutschsprachig)

Chef de service (m/w)
Serviceangestellte (m/w)
SEFA / REFA / GAFA (m/w)
Serviceaufhilfen (m/w)

Küche

Küchenchef (m/w)
Sous Chef (m/w)
Chef de Partie (m/w)
Commis (m/w)
Hilfsskoch (m/w)

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto!

Hotel Chalet Du Lac
Sascha Abegglen
3807 Iseltwald
Tel. 033 845 84 58
Mail: abegglen@dulac-iseltwald.ch

30544-10727



Das **See-Spital** ist das öffentliche Spital der Region Linkes Zürichseerfer. Das moderne Schwerpunktsptial wird an den zwei Standorten Horgen und Kilchberg betrieben. Es umfasst rund 200 Akutbetten und 22 Pflegeheimbetten. Wir führen die Fachgebiete Allgemeine Chirurgie, Orthopädie, Urologie, Oto-Rhino-Laryngologie, Ophthalmologie, Gynäkologie/Geburtshilfe sowie verschiedene chirurgische Subspezialitäten und Innere Medizin. Unsere rund 1100 Mitarbeitenden behandeln jährlich mehr als 12 000 stationäre und 17 000 ambulante Patientinnen und Patienten.

Zur Verstärkung unseres Empfangsteams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung am Standort Horgen einen/eine

Mitarbeiter/in Empfang 50–80%
unregelmässige Arbeitszeiten, inkl. Wochenend-Einsätze

Anforderungsprofil

- Kaufmännische oder gleichwertige Ausbildung oder Hotelfachschulabschluss
- Réceptionserfahrung
- Versierte EDV-Kenntnisse
- Fremdsprachenkenntnisse (v. a. Englisch)
- Aufgeschlossenheit, Flexibilität, Engagement, Belastbarkeit, Teamfähigkeit
- Hohe Sozialkompetenz und Kundenorientierung
- Sehr gute Umgangsformen und gepflegtes Erscheinungsbild
- Organisations- und Kommunikationsfähigkeit

Ihre Aufgaben umfassen

- Professioneller Empfang und Informationsdrehscheibe für Patienten, Angehörige, Spitalbesucher, Ärzte und Mitarbeitende
- Erledigung der Ein- und Austrittsformalitäten von Patienten
- Kassaführung
- Telefonvermittlung
- Postversand/hausinterne Postverteilung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Ist Ihnen eine Zusammenarbeit mit einem offenen, freundlichen Team in einem dynamischen Umfeld mit angenehmem Arbeitsklima wichtig?

Wenn ja, zögern Sie nicht, mit uns Kontakt aufzunehmen. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Catherine Gruber, Leiterin Empfang, Telefon 044 728 11 11, gerne zur Verfügung.

Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto senden Sie bitte an:

- See-Spital, Personaldienst, Asylstrasse 19, 8810 Horgen oder via Mail:
- personaldienst@see-spital.ch

www.see-spital.ch

30546-10728



Betriebsassistent (Catering)

Mensa der Universität Zürich Irchel
Winterthurerstrasse 190, 8057 Zürich

per sofort oder nach Vereinbarung

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



30549-10729



Ihr Rehasentrum mit Hotelambiente.

Die kneipp-hof Dussnang AG ist ein modernes Rehabilitationszentrum mit Hotelambiente und verfügt über 154 Zimmer. Wir leben ein anerkanntes Qualitätsmanagement in allen Bereichen. Unsere Spezialisierung ist die orthopädische Rehabilitation. Täglich werden in unserem Haus bis zu 160 Gäste mit Vollpenson und Diätmenüs verpflegt. Zudem verfügen wir über ein öffentliches Restaurant mit 70 Plätzen und einen Bankettsaal mit 100 Plätzen.

Eine spannende Aufgabe mit vielen Gestaltungsmöglichkeiten wartet auf Sie.

Für unsere Gäste und Mitarbeitenden suchen wir **nach Vereinbarung** eine frontorientierte Persönlichkeit als

Leiter/in Restauration 100%

Ihre Aufgaben

- Verantwortung für den wirtschaftlichen Erfolg der Abteilung
- Überwachung und Sicherstellung eines reibungslosen Betriebsablaufes
- Umsetzung der Unternehmensziele
- Führen von ca. 23 Mitarbeitenden
- Führen von Verkaufsgesprächen (Bankette etc.)
- Angebotsplanung in Zusammenarbeit mit dem Küchenchef
- Einbringen von Ideen und Vorschlägen zur kontinuierlichen Weiterentwicklung der Gästezufriedenheit

Wir erwarten

- Abgeschlossene Berufsausbildung sowie einige Jahre Erfahrung als Chef de Service
- Erfahrung als Berufsbildner/in
- Kunden- und dienstleistungsorientiertes Arbeiten
- Bereitschaft für Arbeitseinsätze an Feiertagen sowie für Abend- und Wochenenddienste
- Verständnis für das Qualitätsmanagement und Einhalten von Prozessen und Abläufen

Wir bieten

- Innovatives und motiviertes Team
- Fünf Ferienwochen sowie zehn Feiertage pro Jahr
- Berufskleidung inkl. Wäscheservice
- Ausgestatteter Pausenraum mit vergünstigten Menüs
- Kostenlose Parkplätze für Mitarbeitende
- Weiterbildungsmöglichkeiten und Entwicklungsmöglichkeiten

Wir suchen motivierte und qualitätsbewusste Kadermitarbeitende, die gemeinsam mit uns die Zukunft des kneipp-hofs erfolgreich mitgestalten. Frau Piera Dalla Via, Leiterin Hotellerie/QM, freut sich auf Ihre vollständigen und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

kneipp-hof Dussnang AG, Kurhausstrasse 34, 8374 Dussnang
dallavia@kneipp-hof.ch / Tel. +41 (0)71 978 61 00
www.kneipp-hof.ch





30552-10727



Küchenchef (w/m)

Gastronomie im Verkehrshaus der Schweiz
Lidostrasse 5, 6006 Luzern

per 1. März 2014

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



30550-10717

NEUERÖFFNUNG

«divino e classico»

Wir suchen auf März/April 2014 für unser neues südtaliesisches Restaurant im Herzen der Stadt Luzern folgende kompetente Persönlichkeiten mit schweizerdeutsch 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 marktrischer Küche

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

30559-10698

Rüdig, 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

30560-10699



Strandhotel
E. und H. Hornberger-Wild Telefon 033 845 13 13
3807 Iseltwald am Brienzsee Fax 033 845 13 15

CH-3807 Iseltwald

Für unser 3-Stern-Hotel direkt am Brienzsee mit 40 Betten und regem Restaurationsbetrieb (10 Autominuten von Interlaken) suchen wir ab sofort oder nach Übereinkunft für Saison- oder Jahresstelle

Réceptionistin (auch Anfängerin willkommen)

Zu Ihren Aufgaben gehören die Erledigung div. Korrespondenz, Check-in, Check-out, die tägliche Arbeit mit dem Hotelprogramm Gastrout sowie der Gästeempfang, die Betreuung der Gäste und der Frühstücksservice.
Muttersprache Deutsch, gute Kenntnisse in Englisch und Französisch.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung freuen wir uns.

Familie Hornung-Hornberger
Strandhotel
3807 Iseltwald
info@strandhotel.ch
www.strandhotel.ch
Telefon 033 845 13 13

30557-10726



Kategorie: Unikat

Kloster Kappel Seminarhotel

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

– Köchin/Koch 100%
– Office-Mitarbeiter/in 60%

Sie sind dienstleistungsorientiert, flexibel und belastbar. Sie haben Freude am Verwöhnen unserer Gäste und beherrschen die deutsche Sprache, dann wartet eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle Aufgabe mit attraktiven Anstellungsbedingungen auf Sie.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Diese senden Sie bitte bis 26. Januar 2014 an:
Kloster Kappel, Jürgen Barth, Geschäftsführer
8926 Kappel am Albis

30556-10725



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

rebagdata ag | hotel management solutions

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

Unser Marketingteam sucht eine hoch motivierte Verstärkung als

Kundenberaterin/Kundenberater

Sie haben Ihre Hotelfach-Ausbildung erfolgreich abgeschlossen, kennen den Bereich Front Office 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 Bewerbung an:

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

Für zusätzliche Vorinformationen wenden Sie sich bitte an Walter Berger (044 711 74 10 oder 079 605 71 61)

www.rebag.ch

30022-10720

Für unseren neusten Betrieb (Steinhalle-Bereich), welchen wir am 1. Mai 2014 im Kirchenfeldquartier in Bern eröffnen werden, suchen wir per 24. April 2014 die folgenden Mitarbeiter:

- Koch / Köchin EFZ/EBA 80 -100%
- Restaurationsfachfrau/-mann EFZ/EBA 40 – 100%
- Lernende/r Restaurationsfachangestellte/r EFZ/EBA
- Lernende Koch EFZ/EBA
- Hilfskoch/-kochin / Abwäscher/in

Der Betrieb verfügt über 60 Innenstplätze, 100 Terrassenplätze und ein originelles Bistroangebot mit saisonaler und marktfrischer Küche.

Grossen Wert legen wir auf das geamte Erscheinungsbild und Ambiente des Betriebes. Dazu suchen wir motivierte, junge Mitarbeiter, welche sich mit der Philosophie der Ossabukka AG identifizieren können und gewillt sind durch Engagement und Kreativität unsere junge Firma weiterbringen wollen.

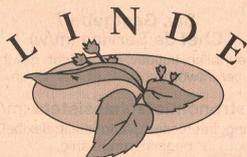
Für oben genannte Stellen sind fließende Deutschkenntnisse, ein gepflegtes Erscheinungsbild und Berufserfahrung inkl. Lehrel ein Muss. Wir freuen auf Ihre Bewerbung mit Motivations schreiben, Lebenslauf inkl. Foto, Arbeits- und Lehrzeugnissen. Bewerbungen per Email können schneller bearbeitet werden.

Für weiter Fragen steht Ihnen Max Grunder gerne zur Verfügung.

Ossabukka AG
Bruggasse 27, 3011 Bern, Schweiz
Telefon: +41 (78) 820 85 87 Email: work@ossabukka.ch
www.ossabukka.ch



30486-10712



Landgasthof Linde, Kleindöttingen

Wir suchen per 1. März 2014 motivierten

Koch / Köchin
für den Entremetier-Posten.

Sie haben Freude mit frischen Produkten zu arbeiten. Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung.

Doris Meyer und Mathieu Zevenhuizen
Hauptstrasse 27, Kleindöttingen, 056 245 13 50
www.linde-kleindottingen.ch
Sonntag geschlossen!

30032-10729

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

30361-10700

Pächter oder Geschäftsführer

Jobcode hoteljob.ch: J73576

Gsteigstrasse 51, 3780 Gstaad
033 748 45 45, cdeplazes@alphorn-gstaad.ch

30341-10692



Gasthof zum Kreuz
3033 Wohlen BE
info@kreuzwohlen.ch

Wir suchen für unseren traditionellen Landgasthof mit einer 7-köpfigen Brigade:

1 Sous-chef (w/m)
oder

1 Küchenchef (Gastronomiekoch oder eidg. dipl. Küchenchef)
per 1. März 2014 (oder nach Übereinkunft)

Sie sind: kreativ, flexibel, belastbar und teamfähig haben ein hohes Qualitätsbewusstsein zwischen 25 und 45 Jahren arbeiten gerne in einem aufgestellten, jungen Team haben Freude an der Lehrlingsausbildung dann sind Sie unser neuer Mitarbeiter.

Wir bieten: 2 geregelte Freitage (Montag und Dienstag) marktgerechte Entlohnung und 5 Wochen Betriebsferien auf Wunsch ist ein Zimmer im Personalhaus vorhanden eine moderne Infrastruktur und abwechslungsreiche Tätigkeit

Haben wir Ihr Interesse an dieser aussergewöhnlichen Herausforderung geweckt, dann freuen wir uns auf das erste Kennenlernen (Peter Tschannen, 031 829 11 00)

30041-10734

WIRTSCHAFT ZUM
SCHWEIZER HAUS

ALLES AUSSER GEWÖHNLICH...

...ist nicht nur unsere herrliche Lage im sportbegeisterten Engelberg, alles ausser gewöhnlich ist neben unserer Kundschaft auch unsere Küchencrew, kreativ und eingespielt sowie leistungsstark und teambewusst geben wir unser Bestes. Dies garantieren unsere Gault-Millau-Auszeichnung und schon bald Sie als

KÜCHENCHIEF

Stellenantritt per 1. Februar 2014 oder nach Vereinbarung.

Ihre Bewerbung an: Wirtschaft zum Schweizerhaus
Elfi Odermatt, Schweizerhausstrasse 41, 6390 Engelberg
Fon: 041 637 12 80, wirtschaft@schweizerhaus.ch



30016-10723



****Hotel, Seminar und Kongresszentrum SEEDAMM PLAZA mit 230 Betten, Restaurant PUNTO, PULS Bar & Lounge, Original Japan Restaurant Nippon Sun, Restaurant PUR (15GM) und Swiss Casinos Pfäffikon. Für Bankette und Events stehen 9 Räume inklusive der Plaza Event Hall für bis zu 800 Personen zur Verfügung.

FINANZBUCHHALTER/IN
Für den Zahlenprofi im Hotelumfeld

Sie schätzen die selbständige Arbeitsweise und sind zuständig für die Finanzbuchhaltung inkl. Kreditoren, Debitoren und Mahnwesen. Sie erstellen monatlich den Abschluss und sind verantwortlich für die Budgetierung und die Kennzahlauflbereitung. Eine abgeschlossene Ausbildung zum Sachbearbeiter Rechnungswesen, Excel- und ABACUS-Kenntnisse sind erwünscht.

Sie fühlen sich im lebendigen Hotelumfeld wohl, sind flexibel und unkompliziert und mögen Arbeitszeiten von Montag bis Freitag. Eintritt nach Vereinbarung.

Weitere Einzelheiten erfahren Sie bei Eliane Böni, Administration, Tel. 055 417 17 84, Ihre kompletten Unterlagen, inkl. Lebenslauf, Zeugniskopien und Foto senden Sie bitte an:
SEEDAMM PLAZA, Karin Schirmer, Leiter Human Resources, Seedammstrasse 3, 8808 Pfäffikon, karin.schirmer@seedamm-plaza.ch.



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

30052-10741

In Myanmar (Burma) besiegen Kleinbauern-Familien mit Bio-Landbau den Hunger.

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

PC 300-300-5
www.swissaid.ch



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



**Grand Hotel
Villa Castagnola**

Il Grand Hotel Villa Castagnola au Lac, l'unico albergo 5 stelle superiori a Lugano, riamato per la sua tradizione ed il suo prestigio e situato direttamente sulle rive del Lago di Lugano, offre ai suoi ospiti 50 camere e 28 suites, il ristorante gastronomico «Le Relais» con terrazza sul giardino, il Ristorante Galleria «Arté al Lago» con 1 stella Michelin, sale banchetti e conferenze nonché due residenze.

Per potenziare il nostro team di lavoro cerchiamo:

Responsabile Risorse Umane

Entrata: data da convenire.

Compiti

- Gestire l'amministrazione e le assicurazioni sociali per il settore delle Risorse Umane
- Reclutamento e colloqui di selezione
- Preparazione salari, chiusura mensili e annuali
- Garantire la realizzazione degli obiettivi qualitativi e quantitativi
- Collaborare con la Direzione e tutti i capi reparto

Vostro profilo

- Titolare di un diploma di formazione alberghiera o di un attestato nel HR
- Esperienza rilevante nell'amministrazione del personale e nella preparazione dei salari
- Discrezione, lealtà, affidabilità e flessibilità
- Senso dell'organizzazione, pianificazione e puntualità
- Solide competenze relazionali
- Conoscenza delle lingue nazionali
- Costituisce un titolo di favore la conoscenza del programma dei salari Mirus

I candidati interessati sono invitati a inviare una documentazione personale completa di lettera di presentazione, CV, foto e certificati via posta oppure via e-mail all'indirizzo sottostante. Saranno prese in considerazione unicamente le candidature complete e in possesso dei requisiti richiesti.

Simona Perrone, Responsabile Risorse Umane
Grand Hotel Villa Castagnola
Viale Castagnola 31
CH-6906 Lugano
jobs@villacastagnola.com

30099-10720



Ente Ospedaliero Cantonale

L'EOC l'ospedale multisito del Ticino è presente con i suoi istituti sull'intero territorio cantonale per un totale di 1000 posti letto.

Grazie all'impegno e alla competenza degli oltre 4000 collaboratori e alla loro attenzione verso la relazione umana, nel corso dell'anno l'EOC ha potuto assicurare un'assistenza sanitaria di qualità a 300 000 pazienti.

Per completare il nostro team presso l'Ospedale Regionale di Lugano, cerchiamo un/a

**capogruppo di economia domestica
(al 60-90%)**

che, coordinando un gruppo di persone appositamente dedicato, avrà la responsabilità di garantire un servizio ottimale di pulizia conformemente agli standard di qualità interni.

I dettagli del concorso sono visibili sul sito internet www.eoc.ch o sul Foglio Ufficiale del 14 gennaio 2014.

EOC insieme per curare meglio.

30487-10716

STELLENGESUCHE

Küchenmeister/Betriebswirt mit internationaler Berufserfahrung als Vertretung per sofort frei.

Handy: 0039-3349675724
aushilfskochbernd@hotmail.com

30539-10733

SUISSE ROMANDE

CIP Ressources humaines



Centre interrégional de perfectionnement

Nous sommes un centre de formation continue pour adultes avec salles de séminaires et hôtel-restaurant situé dans le jura bernois, à 22 km de Bienne.

Pour notre département Hôtel-Restaurant-Séminaire, nous recherchons un/une

Employé/e de commerce - Réceptionniste (80 %)

Votre mission :

- Accueil téléphonique et personnel de la clientèle
- Gestion de la réception centrale et coordination entre les différents services
- Bouclements comptables journaliers et mensuels de l'hôtel et du restaurant
- Check-in et check-out
- Gestion et coordination de l'équipe de réception
- Correspondance générale et facturation

Votre profil :

- CFC d'employé/e de commerce
- Expérience de plusieurs années, principalement dans le secteur hôtelier
- Langue maternelle française ou allemande / parfaite maîtrise de l'autre langue
- Bonnes connaissances des outils informatiques et de la comptabilité
- Disponibilité pour assurer des horaires irréguliers, également le week-end

Vous aimez travailler de façon indépendante tout en vous intégrant dans une petite équipe dynamique. Votre sens de l'organisation, votre goût pour les relations avec les clients et votre facilité d'adaptation vous permettront de vous réaliser dans ce poste.

Nous offrons des conditions de travail attrayantes, dans un cadre pluridisciplinaire et dans un environnement professionnel de haute qualité.

Entrée en fonction: de suite ou à convenir

Merci d'adresser votre dossier complet jusqu'au 31 janvier 2014 par courriel ou par courrier à l'adresse ci-dessous :

Centre interrégional de perfectionnement
Ressources humaines
Ch. des Lovières 13
2720 Tramelan

Michèle Dornbierer
T 032 486 07 30
F 032 486 06 07
ressources@cip-tramelan.ch
www.cip-tramelan.ch



30010-10721

**DIE GRÖSSTE STELLENBÖRSE
IN DER SCHWEIZER HOTELLERIE,
GASTRONOMIE UND DEM TOURISMUS!**

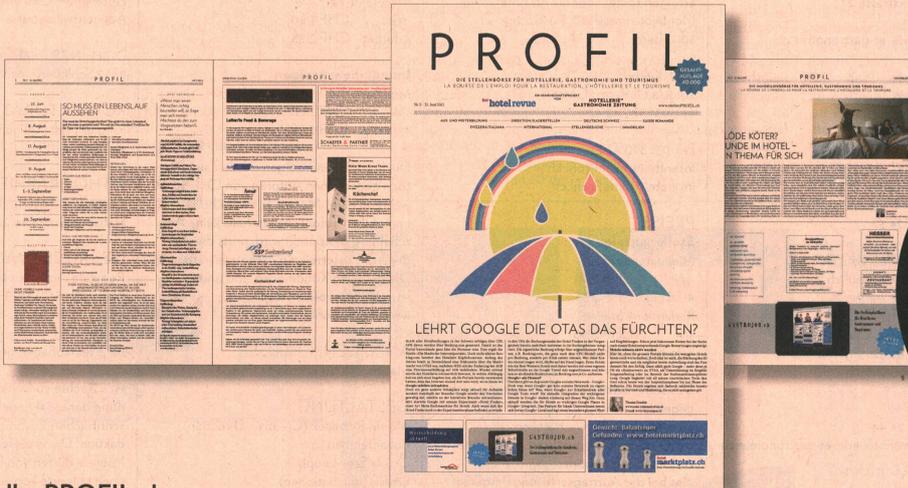
EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

htr hotelrevue

**HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG**

AUS- UND WEITERBILDUNG DIREKTION/KADERSTELLEN DEUTSCHE SCHWEIZ SUISSE ROMANDE

SVIZZERA ITALIANA INTERNATIONAL STELLENGESUCHE IMMOBILIEN



**BUCHEN
SIE JETZT!**

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

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



KEystone

NETZWERKE UND ALLIANZEN

Die Schweizer Tourismuswirtschaft verzeichnete 2013 endlich wieder ein Wachstum der Nachfrage. Davon profitierten die Hoteliers sehr unterschiedlich. Gewonnen hat in der abgelaufenen Sommersaison der Städtetourismus (+3,7%), aber auch der Alpenraum (+3,4%). Viele Hotelbetriebe befinden sich nicht in den präferierten Grossstädten oder Top-Ferienorten, sondern erdulden die Höhen und Tiefen als durch von externen, unbeeinflussbaren Faktoren erzeugte Umstände. Die durch die Globalisierung diktierten neuen Informationstechnologien, welche Konsum- und Buchungsverhalten der Gäste weitgehend bestimmen, sind ebenfalls aufgedickt, aber soweit akzeptiert, weil sie die Welt und die potenziellen Gäste noch näher zusammenbringen und die Hoteliers anspornen, den Kundennutzen weiter zu erhöhen.

Kundennutzen erhöhen

Viele 3-Sterne-Hotels, ob in Burgdorf, Bellinzona, Neuenburg oder in Frauenfeld waren jahrelang etabliert und beliebt, und müssen heute mit neuen, sogar oberklassigen Mitbewerbern um

Marktanteile streiten. Erneuerungs- und vor allem Ausbauminvestitionen in 3-Sterne-Hotels sind wegen der meistens schwierigen, alten Baustrukturen zu aufwändig und selten ertragswirksam. Die Marktschlagkraft mit 40 oder weniger Zimmern ist schwach, der Wille, Verbindungen mit ähnlich gelagerten Betrieben einzugehen, wäre vorhanden, die Angst vor der einschneidenden Veränderung verzögert aber die Handlung. Wieso also nicht klein beginnen und mit interessanten Geschäftspartnern strategische Geschäftsfälle suchen und ertragswirksame Plattformen schaffen? Ergänzende Angebote könnten im heutigen Markt durch soziale Netzwerke getriebene Interessengruppen ansprechen und dem Hotel einen unverwechselbaren Auftritt ermöglichen. Die Vermarktung über die elektronischen Medien ermöglicht, neue Gäste anzuwerben. Diese können die Angebote vergleichen, Kritik üben und Communities für gemeinsame Interessen und Vorlieben bilden. Die Präferenzierung einer Hotelmarke (Brand) oder eines anders positionierten Hotels lässt gemäss Untersuchungen auf andere gemeinsame Vor-

lieben schliessen. Ein illustratives Beispiel für ein modernes Hotelkonzept und eine strategische Allianz ist die Zusammenarbeit der aufstrebenden niederländischen Hotelkette CitizenM (www.citizenm.com) mit dem weltbekannten Schweizer Möbelhersteller Vitra. Diese Konstellation erlaubt es, die Einrichtungen situativ zu verändern und einen Showroom unter realen Bedingungen zu schaffen. Diese Zusammenarbeit erzeugt Synergien zwischen den Unternehmungen und schafft Kundennutzen und Kostenvorteile. Was wir daraus lernen können: Die Schaffung von Attraktionspunkten birgt Zündstoff für strategische Geschäftsfelder mit vielfältigen, auch lokalen Partnern.



René Bettenmann
Managing Partner
CFB network AG
www.cfbnetwork.ch

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

32284-1076

Hotel mit 49 Zi. wegen Ende Vermietung 2015

Zu Vermieten

Postfach 128
6045 Meggen

30545-1076

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

htr hotel revue

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.hoteltgastrounion.ch

VERLAGE

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

Hotellerie*et Gastronomie Verlag

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

LEITUNG

Barbara König
Philipp Bitzer

REDAKTION

Barbara König
Tel. 031 370 42 39
Mario Gsell
Tel. 041 418 24 57

redaktion@stellenprofil.ch
redaktion@immoprofil.ch

ADMINISTRATION

Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42
angela.direnzo@htr.ch

Nicole Kälin

Tel. 041 418 24 44
nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch

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

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

VERKAUF

Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42

Fax 031 370 42 23

inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen

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

Die Stellenanzeigen werden automatisch
gegen einen Aufpreis von CHF 50,00
eine Woche auf www.hoteljob.ch /
www.gastrojob.ch publiziert. Falls keine
Aufschaltung gewünscht wird, muss
dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt
werden.

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

Die Immobilienanzeigen werden automa-
tisch gegen einen Aufpreis von CHF 50,00
während eines Monats auf www.htr.ch/
immobilien aufgeschaltet. Falls keine Auf-
schaltung gewünscht wird, muss dies bei
der 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*et Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG, 6043
Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

Reguläre Auflage 40.000 Ex.
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom
16.01., 30.01.13.02., 03.07., 14.08., 28.08.,
27.11., 11.12.)

Bei Kleinauflagen gelten reduzierte Preise.

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