

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 5

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>



Für Gourmets

wurde das Grand Opening des dies-jährigen St. Moritz Gourmet Festivals inszeniert. 400 Gäste waren von den kulinarischen Leckerbissen begeistert.

Seite 6 und 20

Für Pärke

setzt sich der neue Chef des Netzwerks Schweizer Pärke, Christian Stauffer, ein. Zwei neue Nationalparks sind sein grosses Anliegen.

Seite 3

Für Gäste

in der Schweiz hat die Vereinigung Relais & Châteaux zwei neue Schweizer Häuser aufgenommen.

Seite 2 und 7

Für Vegetarier

kocht der Sterne-koch Pietro Leemann in seinem Restaurant Joja in Mailand und auf seiner Schweizer Jubiläums-Tournee.

Seite 17

Inhalt

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

PROFIL hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

1002893 Nationalbibliothek
Schweiz
Periodikaabteilung
Heliwegstrasse 15
3005 Bern

A0096
1313

Grossprojekt in Leukerbad

Es wird sehr eng

Den Promotoren des 250 Millionen-Projekts in Leukerbad läuft die Zeit davon.

MARKUS UNTERFINGER

Bis Ende April 2014 läuft die Frist der Burgergemeinde Leukerbad noch, für den Verkauf eines 5000 Quadratmeter grossen Grundstücks an die Swiss Development Group (SDG). Nachdem die Burgergemeinde das Kaufrecht schon zwei Mal verlängert hat, will sie dies kein drittes Mal tun. Auf besagtem Grund-

stück möchte die SDG unter anderem ein Luxushotel mit 49 Zimmern bauen. Dieses sollte auch Eigentümern von noch zu bauenden Luxusapartements Servicedienstleistungen bieten. Die erste Etappe mit zwei Appartementhäusern soll im Winter 2015/16 realisiert werden, die zweite mit dem Hotel im Winter 2016/17. Nur konnte bisher keine

Seite 5

Streifzug durch Schwyz

Latenter Tourismuskanton



Schwyz zählt einige Merkmale eines Tourismuskantons, zum Beispiel vielbesuchte Attraktionen wie die Mythenregion (im Bild). Auch touristisch ein Urkanton, hat Schwyz aber keine entsprechende Identität herausgebildet.

Christian Perret/Luzern Tourismus

Le Vieux Manoir

Zukunft weiterhin ungewiss

Die Gemeinde Meyriez legt mit der vorgeschlagenen Änderung des Zonennutzungsplans einen Kompromiss zwischen den Interessen der «Vieux-Manoir»-Eigentümer und jenen der Einwohner vor. Erstere erklären, selbst nicht genau zu wissen, wie es mit dem geschlossenen Hotel weitergehen soll. dst

Seite 4



Christoph Hunziker ging in Genf als Sieger hervor. Bocus d'Or Suisse

Bocus d'Or 2014

Thuner Koch vertritt die Schweiz

Christoph Hunziker, 31-jähriger Küchenchef im Thuner «Schärmehof», wird am 7. und 8. Mai die Schweiz am Bocus d'Or in Stockholm vertreten. Hunziker hat soeben das Schweizer Finale anlässlich des Salon Sirha in Genf für sich

entschieden. Er hat gegenüber seinen drei Mitkonkurrenten in der Endausscheidung die aus vierzehn grossen Chefs bestehende Jury unter anderem mit einem klassischen Fleischgericht überzeugt. aca/dst

Seite 10 und 19

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



ANZEIGE

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association
National Partner

protel

KOPAS-Ausbildung

Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz in Hotellerie und Gastgewerbe

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

loyal

Revisionhne mich!

Wir vertreten Ihre Interessen mit Nachdruck – bei Revisionen aller Art.

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

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

HOREGO

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

www.horego.ch

Markus Bommer, Partner

präsent

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



Christian Stauffer möchte, dass die Schweiz in fünf Jahren über drei anerkannte Nationalparks verfügt.

Sarah Hinri

«Entwicklung verschlafen»

Christian Stauffer, der neue Chef von Netzwerk Schweizer Pärke, erklärt die stürmische Entwicklung. Warum es die Pärke nicht einfach haben, das Konzept aber trotzdem stark ist.

MELANIE ROTH

Christian Stauffer, welches Fazit ziehen Sie nach Ihren ersten drei Wochen als Chef von Netzwerk Schweizer Pärke?

Vom Netzwerk der Pärke habe ich einen sehr guten Eindruck. Es herrscht ein befruchtender Austausch, alles funktioniert sehr partnerschaftlich. Die Arbeit in der Geschäftsstelle ist sehr intensiv und vielfältig. Im Netzwerk sind 20 Pärke und Parkprojekte vereinigt, die im Umfeld von Tourismus, Umwelt, Bildung und vielem mehr stehen. Ich habe mit sehr vielen Ansprechpartnern zu tun. Es braucht ein bisschen Zeit, die Übersicht zu erlangen.

Vor fünf Jahren waren auf der Schweizer Karte gerade mal ein Nationalpark und zwei regionale Pärke zu finden. Das ist auch eine unglaubliche Entwicklung... Ja, das ist eigentlich verrückt. Wir haben den ältesten Nationalpark in den Alpen, der in diesem Jahr sein 100-jähriges Bestehen feiert. Danach ist praktisch 100 Jahre nichts passiert. In Österreich etwa gibt es seit Längerem in allen wichtigen biographischen Regio-

nen einen Nationalpark. Diese Entwicklung haben wir verschlafen.

Woran liegt das?

Die Pärkelandschaft ist mehr ein Ausdruck des politischen Willens als von einmaligen Naturwerten – das Matterhorn etwa liegt ja nicht in einem Park. Der lokalen Bevölkerung schon nur die Idee eines regionalen Naturparks zu verkaufen, ist nicht einfach, obwohl damit kaum Einschränkungen verbunden sind. Es kann nichts verfügt werden, und selbst wenn, hiesse das noch lange nicht, dass es dann auch getragen wird. Hier liegt gleichzeitig die Stärke des Schweizer Konzepts: Es ist von unten entstanden.

Warum ist gerade in den letzten fünf Jahren so viel passiert?

Die stürmische Entwicklung ist sicher kein Zufall. Sie beruht auf der Gesetzesvorlage zur Ergänzung des Natur- und Heimatschutzgesetzes von 2007. Gleichzeitig entspricht sie einem weltweiten Trend, dass die Bevölkerung wieder vermehrt fordert, für die Heimat Verantwortung zu übernehmen – ein Gegenstand zur Globalisierung. Viele haben ihre Wurzeln verloren, wer sie noch hat, kämpft dafür. Das ist in der Schweiz nicht anders als zum Beispiel in der Mongolei.

Sind weitere Projekte zu erwarten?

Die Dynamik ist sicher weg. Einige Projekte sind gescheitert, diese sollte man ruhen lassen. Jetzt geht es darum, die bestehenden Pärke und Parkprojekte zum Fliegen zu bringen – allen voran die Nationalpärke. Längerfristig wäre es ein Ziel, noch mehr agglomerationsnahe Pärke zu schaffen. Pärke sind Kompensationsräume, sie stehen im Kontrast zu urbanen Gebieten, sind aber gut erreichbar. Pärke liegen nicht in den sonst privi-

legierten Tourismusregionen. Umso wichtiger ist es, dass sie sich mit ihren Werten profilieren. Es muss gelingen, Leute aus der Agglomeration anzuziehen, mit einer schönen Landschaft, in welcher der Rhythmus der Jahreszeiten noch wahrnehmbar ist.

Wie unterstützen Sie und Ihr Team dieses Vorhaben?

Wir übernehmen gemeinsame Kommunikations- und Entwicklungsaufgaben, das politische Lobbying und funktionieren als Schaltstelle zu den Bundesämtern. Bei grösseren Projekten können wir Aufgaben viel effizienter erledigen. Etwa, wenn es um Kooperationen geht. Diese haben sich in den letzten Jahren sehr gut entwickelt.

Die Bilanz zur Aktion mit Raiffeisen im vergangenen Jahr war eher durchgezogen (vgl. htr vom 29.8.2013)...

Das war ein Zwischenfazit. Von der Grössenordnung der Logiernächte her gehörte diese Aktion sicher nicht zu den Besten, sie lag aber im Bereich von früheren Kampagnen. Bezüglich Bekanntmachung war sie gar sensationell. Laut einer Demoscope-Umfrage hat sich der Bekanntheitsgrad der Marke Schweizer Pärke zwischen 2011 und 2013 verdreifacht. 53 Prozent der Befragten haben die letztjährige Raiffeisen-Aktion wahrgenommen. Deshalb ist die Aktion als sehr erfolgreich einzustufen.

Welche Kooperationen stehen in diesem Jahr im Vordergrund?

Postauto legt 2014 einen Schwerpunkt auf die Pärke. In jedem Postauto wird lokal und individuell Werbung gemacht. Mit Coop läuft eine Kooperation, um eine eigene Produktlinie zu kreieren, vergleichbar mit Pro Montagna.

Wo haben die Pärke Handlungsbedarf? Gesamthaft geht es darum, die Projekte zu Betrieben zu machen, die längerfristig erfolgreich sind. Die Naturpärke müssen in der regionalen Entwicklung wahrgenommen werden – das braucht Geduld. Wir haben deutliche Zahlen, die den Wert der Pärke unterstreichen: In

der Unesco Biosphäre Entlebuch etwa kommen pro öffentlichem Franken sechs wieder zurück. Andererseits geht es immer um den Schutz und die Entwicklung der Natur und der Landwirtschaft: Das eine muss das andere stützen. Zudem braucht es eine gute Gastronomie und Hotellerie. Es gibt bereits sehr gute Beispiele, die das Thema richtig umsetzen.

Zum Beispiel?

Ich möchte niemanden hervorheben, weil ich längst nicht alle Pärke und Betriebe gleich gut kenne. Die vorbildlichen Betriebe haben aber eines gemeinsam: Sie machen die Pärke mit der schönen Landschaft und Atmosphäre für Besucher erlebbar, setzen auf regionale

Produkte anstatt auf Pommes frites und Toast Hawaii. Sie erzählen eine authentische Geschichte und verkaufen sie mit selbstsicherer Herzlichkeit.

Wie steht es um die zwei Sorgenkinder, die Nationalpärke Adula und Locarnese?

Sie stehen vor einer enormen Herausforderung. Die Grundlage des Bundes stimmt nicht: Die Nationalpärke werden bezüglich Geldern gleich behandelt wie die Naturpärke, das kann nicht funktionieren. In einem Nationalpark haben wir die Wildnisperspektive, wo der Mensch sich ganz zurücknimmt, nur Gast in der Natur ist. Dieser Nutzungsverzicht ist eine riesige Chance und muss entsprechend abgelöst werden. Eine Motion zu diesem Thema ist am Laufen. Wenn diese nicht durchkommt, werden es die beiden schwer haben.

Wo steht das Netzwerk in fünf Jahren? Ich hoffe, dass wir dann drei anerkannte Nationalpärke haben. Und dass sich das grosse Netz der regionalen Pärke etabliert hat, jeder einzelne ein eigenes Format gefunden hat. Sie müssen sich differenzieren, zum Beispiel über Spezialitäten – nicht alle sollen Käse und Wurst machen. Es gilt, das Besondere, das Lokale hervorzuheben. Das gilt auch in hohem Mass für die Gastronomie und Hotellerie.

Standpunkt

Gemeinsamer Erfolg statt individuelle Vorteile im Fokus



HANS-PETER ERNST *

Die Unesco Destination Switzerland (UDS) bildet das Dach über dem touristischen Netzwerk der elf Schweizer Unesco Welterbestätten und der Biosphäre Entlebuch. In Zusammenarbeit mit der Schweizer Unesco-Kommission fördert und koordiniert sie qualitativ hochwertige und einzigartige Erlebnisse, die auf den Kernwerten der einzelnen Stätten aufbauen. Und da liegt die Herausforderung: zwölf Individualisten, die ihre eigenen Werte haben, ihre

«Ich bin überzeugt, dass nur eine selektive Bündelung der Stärken zum Erfolg führt.»

Stärken und Besonderheiten. Es gilt nun, diese so zu bündeln, dass die Unesco Destination Switzerland über alle Welterbestätten und Biosphären als Marke wahrgenommen wird und – verbunden mit attraktiven Angeboten – eine nachhaltige touristische Wertschöpfung generiert. Ich bin überzeugt, dass nur eine selektive Bündelung der Stärken zum Erfolg führt. Das bedeutet letztlich, dass nicht jeder einzelne Marktteilnehmer in jedem Angebot auf jedem Kanal vertreten sein kann. Die Stärken müssen zielgruppen- und themenbezogen spezifiziert werden. Dass die Marketingsicht der einzelnen Akteure bisweilen eine andere ist, leuchtet ein. Trotzdem erhoffe ich mir, 2014 eine gestärkte Gesamtpositionierung der Unesco Destination Switzerland zu erreichen. Und dass die einzelnen Partner bereit sind, ihre individuellen Vorteile zugunsten eines gemeinsamen Erfolges einzusetzen.

* Hans-Peter Ernst ist Geschäftsführer Unesco Destination Schweiz.

Aufgefallen

Grosse Chefs können auch ganz schön bescheiden sein



Paul Bocuse lässt bekanntlich kaum eine Gelegenheit aus, sich mit geschwelter Brust in Szene

zu setzen. Am Bocuse d'Or, der diese Woche im Salon Sirha in Genf stattfand, sass ein Mitglied in der Jury, die dem französischen Altmeister in der Kochkunst erfolgreich nachgeeifert haben. Allen voran Frédéric Girardet. Doch was die Selbstdarstellung betrifft, setzt dieser ganz andere Massstäbe als sein illustres Vorbild. Als ihn Absolventinnen der Hotelfachschule Genf fotografieren wollten, winkte er bescheiden ab. Nicht ihn müsse man fotografieren, sondern die jungen Wettbewerbsteilnehmerinnen und -teilnehmer, welche hier die Kochkunst der Zukunft repräsentierten.

Schweiz

Keine Schneesporttage auf Bundeskosten



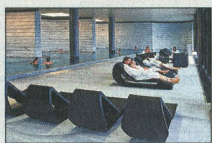
ZVG

Der Bund soll obligatorische **Sneesporttage** für die Schülerinnen und Schüler der Oberstufe nicht finanziell unterstützen. Die Bildungskommission des Ständerates (WBK) vertritt diese Meinung und beantragt ihrem Rat, eine Motion aus dem Nationalrat abzulehnen. Mit 10 zu 1 Stimmen bei einer Enthaltung hat sich die Ständeratskommission gegen den Vorstoss von Matthias Aebischer (SP/BE) ausgesprochen. Der Motionär hatte argumentiert, für viele Familien sei Sneesport kaum mehr finanzierbar.

Aus der Region

Zentralschweiz

Mehr Besucher als erwartet für Bottas Bad



ZVG

In seinem ersten vollen Betriebsjahr 2013 hat das von Mario Botta konzipierte **Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad** 54 925 Besucherinnen und Besucher verzeichnet. Wie die Aqua Spa Resorts AG mitteilt, liegen die Gästezahlen damit leicht über den Erwartungen. Das Angebot werde von Einheimischen wie auch von Tages- und Übernachtungsgästen gut frequentiert. Die Betreiber wollen das Angebot weiter entwickeln. dst

Im Dornröschenschlaf

Das Hotel Le Vieux Manoir bei Murten befindet sich in tiefem Winterschlaf. Gut möglich, dass sich dieser zum veritablen Dornröschenschlaf verlängert.

DANIEL STAMPLI

Zurzeit verfügt der Kanton Freiburg über kein 5-Sterne-Hotel mehr. Denn das einzige, das es gab, Le Vieux Manoir in Meyriez bei Murten, hat bekanntlich Ende Oktober seine Türen dichtgemacht. Über die Zukunft des Betriebs mit viel Renommee kann nur spekuliert werden. Denn die Eigentümer, Martin und Judith-Müller-Opprecht, wollen sich partout nicht in die Karten schauen lassen.

Judith Müller-Opprecht auf telefonische Anfrage: «Im jetzigen Zeitpunkt sagen wir prinzipiell nichts, denn wir wissen nicht, wie es weiter geht. Wenn wir konkrete Pläne gehabt hätten, hätten wir dies kommuniziert. Wir sagten von Beginn weg, dass wir eine Hotelpause machen. Und mehr sage ich Ihnen nicht.»

Längere Schliessung schadet dem Image

Esther Beck von Esther Beck Public Relations, der für das «Le Vieux Manoir» zuständigen Medienstelle, spricht von «verhärteten Fronten». Müllers würden derzeit die Planungsphase der Gemeinde Meyriez abwarten. Die Eigentümer seien aber nach wie vor daran interessiert, das «Vieux Manoir» wieder zu eröffnen. Allerdings bestünden dazu keine konkreten Pläne. Falls es erneut zu Einsparungen kommen sollte, würden Müllers allenfalls einen Mediator einsetzen. Auch Esther Beck gibt zu bedenken, dass eine längere Schliessung des Hotels Mehrkosten in die Instandstel-



Zurzeit und vielleicht noch für längere Zeit können keine Hotelgäste die Idylle am Murtensee genossen.

ZVG

lung der Infrastruktur nach sich ziehen würde. Und auch für das Image wäre dies alles andere als förderlich. Aber vorläufig bleibt das «Vieux Manoir» Mitglied bei Relais & Châteaux, wie Richard Guyon, Direktor Schweiz und Liechtenstein erklärt.

«Kompromiss als gute Lösung»

Seit dem 10. Januar liegt die Änderung des Zonennutzungsplans auf. Eine Teilrevision des Zonennutzungsplans ist nötig, damit die Hotelbesitzer ihren Betrieb um- und ausbauen können. Die Einsprachefrist läuft bis am 2. Februar 2014. «Mit der vorliegenden Umzonungsplanung

mussten wir den Bürgern und dem «Vieux Manoir» entgegenkommen. In dem Sinne ist es ein Kompromiss, den wir als gute Lösung erachten», sagt Walter Zürcher, Gemeindeammann von Meyriez. Auch er bestätigt, dass Müllers erst nach der Genehmigung der Änderung des Zonennutzungsplans ein Projekt einreichen würden.

Zwischen den Gemeindebehörden und Müllers hätten bisher keinerlei Gespräche stattgefunden. Laut Zürcher seien jedoch

«Werden Einsprachen eingereicht, kann dies durchaus noch länger dauern.»

Walter Zürcher
Gemeindeammann Meyriez

bei den Verhandlungsgesprächen ein Anwalt des Ehepaars Müller sowie ein weiterer Vertreter, der die Planung und Entwicklung des «Vieux Manoir» im Interesse der Eigentümerin begleitet, anwesend gewesen. «

Gemeinde ist stark an Wiedereröffnung interessiert

Wir haben ein grosses Interesse, dass das «Vieux Manoir» als Hotel wieder eröffnet wird», sagt Walter Zürcher. Dies könne aber durchaus noch zwei Jahre dau-

ern. Zuerst muss die Umzonung genehmigt werden. Und würden Einsprachen eingereicht, würde sich die Angelegenheit verzögern. Auf eine allfällige Projekt-eingabe folge dann die Detailüberbauungsplanung. «Wir von der Gemeinde können nichts beeinflussen.» Zuständig dafür sei der Kanton.

Bereits im Mai 2013 hatte die Eigentümerschaft die Schliessung des Betriebs für Ende Oktober angekündigt. Begründet worden war der Entscheid mit dem damaligen Zonennutzungsplan, welcher eine Erweiterung des Hotels nicht zulasse. Am 14. Februar öffnen wie angekündigt «Glasdiant» und Seehaus.

hoteljob.ch – der Online-Stellenmarkt der htr hotel revue

Für mehr Informationen zum führenden
Schweizer Stellenportal kontaktieren Sie uns
über inserate@htr.ch oder 031 370 42 42

htr hotel revue



Ob die geplanten Appartementshäuser und das 5-Sterne-Hotel in Leukerbad tatsächlich gebaut werden, ist zum heutigen Zeitpunkt alles andere als sicher.

Projekt in Leukerbad unter Zeitdruck

Es wird knapp. Noch drei Monate bleiben der Swiss Delevopment Group, um das Grundstück für das geplante Luxushotel «51 degrees» in Leukerbad definitiv zu erwerben.

MARKUS UNTERFINGER

Falls der Kauf bis Ende April 2014 nicht erfolgt, wird die Bürgergemeinde Leukerbad das seit 2009 bestehende Kaufrecht nicht mehr verlängern. Ohne dieses Grundstück wäre das über 250 Millionen Franken teure Aushängeprojekt von Leukerbad mit Appartementshäusern, Luxushotel mit Restaurants, Läden und Wellnessanlagen ernsthaft gefährdet.

Der Bezug der ersten Wohnungen in den Appartementshäusern war ursprünglich auf den Winter 2014/15 geplant. In diesem Winter, ein Jahr vor der Eröffnung, klappt im Dorf Kern von Leukerbad erst eine Baugrube. David Kestens, der Marketingverantwortliche von Leukerbad Tourismus, rechnet mit Verzögerungen: «Wegen der kurzen Bauzeiten in den Bergen ist eine termingerechte Fertigstellung unrealistisch.»

Verzögerungen und einen neuen Zeitplan bestätigt denn auch die PR-Agentur der Swiss Development Group: «Die erste Etappe mit den zwei Appartementshäusern soll bis Winter 2015/16 realisiert sein, die zweite Etappe mit 49 Zimmern im

5-Sterne-Hotel und 45 Hotelresidenzen bis Winter 2015/16.»

Noch keine Residenz verkauft

Die Baubewilligung für die 28 Luxusapartements wurde noch vor der Abstimmung über die Zweitwohnungsinitiative erteilt.

Jede Einheit verfügt in der Wohnung und auf der Terrasse über eigene Wellnessbäder, die direkt aus der 51 Grad warmen Thermalquelle von Leukerbad gespeist sind – daher der Name 51° Spa Residences. Der Preis für ein 1-Zimmer-Apartment beträgt mindestens 405'000 Euro. Wohnungen sollen ab 3 Millionen Schweizer Franken kosten. Zum Verkaufsstand der Erst- und Zweitwohnungen erklärt die SDG, dass im Sommer 2013 eine breite Marketingkampagne gestartet wurde. In diesem Winter stimuliere zudem ein Verkaufsfest in Leukerbad den Ver-

kauf der Residenzen. «50 Personen haben im Dezember 2013 den Showroom besucht, und bei fünf Einheiten stehen die Verhandlungen kurz vor Vertragsabschluss», schreibt die PR-Agentur. Mit anderen Worten: Bis jetzt konnte keine Residenz verkauft werden. Die SDG hält zudem fest, dass die Banken normalerweise die Kredite erst freigeben, wenn die Hälfte der Wohnungen verkauft sind. Um also im Frühsommer 2014 mit dem Bau der Appartementshäuser beginnen und auch den neuen Fahrplan einhalten zu können, muss sich die SDG sputen.

«Ein drittes Mal verlängern wir das Kaufrecht bestimmt nicht mehr.»

Wolfgang Loretan
Präsident Bürgergemeinde

plan einhalten zu können, muss sich die SDG sputen.

Kaufrecht wird nicht verlängert

Unter Zeitdruck steht die Swiss Development Group auch bei der zweiten Bauphase. Neben dem Luxushotel gehören dazu ein öffentliches Spa, das Thermalwasserschwimmbad, Restau-

rant, Weinbar, Boutiquen und ein zentraler, öffentlicher Platz als Zentrum in Leukerbad.

Entgegen bisherigen Medienberichten hat die SDG dieses 5000 Quadratmeter grosse Grundstück noch nicht von der Bürgergemeinde Leukerbad erworben. Das ursprüngliche Kaufrecht von 2009 hat die Bürgergemeinde bereits zwei Mal verlängert, zuletzt 2012 mit Kaufoption bis Ende April 2014. «Ein drittes Mal verlängern wir das Kaufrecht bestimmt nicht mehr», erklärt Wolfgang Loretan, Präsident der Bürgergemeinde, der seit zwei Monaten nichts von der SDG gehört hat.

Gegenüber der htr hotel revue bestätigt die Swiss Development Group die Absicht, das Grundstück bis April zu erwerben: «Wir erwägen nicht, das Hotelprojekt aufzugeben. Das Hotel erbringt zahlreiche Services für die Residenzen und verschiedene Hotelketten sind am Projekt interessiert.» Solange aber keine Residenzen verkauft sind, wird die SDG wohl versuchen, den Kauf dieses Grundstücks hinauszuzögern.

Alle sollen in den Schnee

Kinder und Jugendliche sollen wieder mehr Schneesport betreiben. Mit zwei Fördermassnahmen soll dieses Ziel erreicht werden.

Für die obligatorische Schule sollen preiswerte und hochwertige Angebotspakete entwickelt werden. Weiter wird der Aufbau einer nationalen Koordinationsplattform geplant. Diese beiden Hauptstossrichtungen seien an einem Workshop, der am Dienstag zu Ende ging, festgelegt worden, teilt das Bundesamt für Sport

(Baspo) mit. Teilgenommen haben Vertreter aus Sport, Tourismus, Bildung und Verwaltung. Von den beschlossenen Massnahmen versprechen sich die Initiatoren die grösste Hebelwirkung zugunsten des Schweizer Wintersports. Konkret sollen zwei Formen von Angebotspaketen ausgearbeitet werden: ein Package für Tages-Events, das sich eignet für Schneesporttage, und eines für Lagerangebote. Die Angebote sollen von der Reise über das Skimaterial bis hin zur Unterkunft und Verpflegung alles Notwendige umfassen.

Eine nationale Plattform, auf der die Angebote ersichtlich

sind, soll den Schulen den Zugang erleichtern. Ein Steuerungsausschuss wird die Aktivitäten der Plattform und die Qualität der Angebote begleiten bzw. sicherstellen. Laut Baspo ist geplant, die Plattform im nächsten Winter in Betrieb zu nehmen.

Der Schneesport ist nicht zuletzt für die Zukunft des Wintertourismus von grosser Bedeutung. Deshalb haben der Schweizerische Tourismusverband, Seilbahnen Schweiz, Swiss Ski, Swiss Snowsports, die Kantone, der Dachverband der Lehrerschaft, das Seco und das Baspo die Initiative zur Förderung des Schneesports ergriffen. dst

2014 wird zum «Jahr der grossen logistischen Herausforderungen»

In nächster Zeit soll die Bautätigkeit für das neue Bürgenstock Resort massiv zunehmen.

Im Zusammenhang mit der öffentlichen Auflage für die Teilrevision des Gestaltungsplans für das neue Bürgenstock Resort ist eine Einsprache eingegangen. Dies aber verspätet, wie die Bauherrschaft der Katara Hospitality Switzerland AG mitteilt. Absender sei der Landschaftsschutzverband Vierwaldstättersee. Innerhalb der nächsten drei Monate erwartet die Bauherrschaft die behördliche Genehmigung des Gestaltungsplans. Mit dem revidierten Gestaltungsplan könnten die letzten Baubewilligungen für die noch ausstehenden Neubauprojekte Park-Hotel, Lakeview-Residence-Suiten und das Bürgenstock Alpine Spa eingereicht werden. Nächstens werde die Bautätigkeit massiv zunehmen, so die Bauherrschaft. Bis heute wurden 170 Mio. Franken für Planung und Bau von Infrastrukturen und Hochbauten investiert. «Das Jahr 2014 wird für alle am Projekt Beteiligten zum Jahr der grossen logistischen Herausforderungen, so Bruno H. Schöpfer, Managing Director Katara Hospitality Switzerland. dst

Aus der Region

Zürich

Tiefere Gebühren am Flughafen Zürich

Per 1. Februar wird der Lärmflüßler sistiert. Damit werden die Gebühren für abfliegende Passagiere am Flughafen Zürich tiefer ausfallen als heute. Der Verzicht auf den Lärmflüßler wird mit der Verfügung des Bundesamts für Zivilluftfahrt (BAZL) über die Flugbetriebsgebühren vom November 2013 begründet. Der Lärmflüßler zur Refinanzierung von Kosten, die durch den Fluglärm anfallen, verfüge über genügend Mittel.

Zentralschweiz

Sawiris kauft Oldtimer Motorschiff Reuss



ZVG

Der ägyptische Unternehmer und Investor Samih Sawiris kauft das Oldtimer Motorschiff Reuss. Das Schiff mit Jahrgang 1926 wurde von der Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV) im Herbst 2012 ausser Betrieb genommen. Es wird nun durch die SGV-Tochter Shiptex bis Juni 2014 umfassend renoviert. Die Aussenansicht wird dabei nicht verändert. Künftig soll die «Reuss» vor allem privat genutzt werden.

Beckenried-Klewenalp mit neuer Homepage

Die Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG und der Verein Tourismus Beckenried-Klewenalp lancieren gemeinsam eine neue Website. Der neue Auftritt wurde in Kooperation mit Luzern Tourismus umgesetzt. Seit längerer Zeit hätte man die Absicht gehabt, den Gästen mit einem erschöpfenden Auftritt mehr Informationen zu vermitteln. Der neue Auftritt wurde mit gleicher Technologie, jedoch unterschiedlichen Farbcodes (Bergbahnen rot – Tourismus blau) umgesetzt.

www.klewenalp.ch
www.tourismus-beckenried.ch

Mittelland

Grand Casino Baden über den Erwartungen



ZVG

Im Jahr 2013 verzeichnete das Grand Casino Baden einen Bruttospielertrag von knapp 67 Mio. Franken und über 340'000 Besuche. Damit liege Baden vor dem Casino in Zürich, das 2013 sein erstes volles Geschäftsjahr absolvierte, wie die Spielbank Baden AG mitteilt. Wider den Erwartungen bleibe das Grand Casino Baden unter den drei grössten Casinos der Schweiz. dst

Glamourös in St. Moritz

Am Grand Opening des St. Moritz Gourmet Festival 2014 wurde ausgiebig degustiert und gefeiert: Die Cocktail-party im Kempinski Grand Hotel war restlos ausverkauft.

SABRINA GLANZMANN

Die Eröffnung des ältesten Gourmet Festivals der Schweiz ist für viele Haute-Cuisine-Begeisterte jeweils Ende Januar ein Pflichttermin. Auch letzten Montagabend wollten es sich rund 400 Gäste – darunter zahlreiche Vertreter aus Gastronomie und Hotellerie – nicht nehmen lassen, am «Grand Opening» im Kempinski Grand Hotel des Bains mit dabei zu sein. Sie kosteten die Köstlichkeiten der acht internationalen Gastköche, trafen sich zum gemeinsamen Austausch – und einige von ihnen feierten an der anschliessenden After-Party ausgiebig weiter.

Bericht zum Opening siehe auch «dolce vita», Seite 20.



Im Kempinski Grand Hotel des Bains trafen sich rund 400 Gäste zur Eröffnung des St. Moritz Gourmet Festival 2014. Bilder swiss-image.ch/Andy Mettler



Gastkoch **Yoshihiro Takahashi** (l.) mit **Salvatore Frequento** (Executive Chef, Carlton Hotel St. Moritz) und **Takuji Takahashi**.



Der St. Moritzer Gemeindepräsident **Sigi Asprion** kam in Begleitung seiner Frau **Kathrin Asprion**.



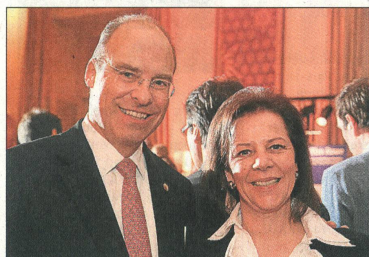
Das «Opening» bot viel Gelegenheit für angeregte Gespräche.



Fabrizio Piantanida, Küchenchef im «Kronenhof» Pontresina (2. v. l.) und Gattin **Beatrice Piantanida** (l.), zusammen mit **Jenny Hunkeler**, Direktorin Kulm Hotel St. Moritz, und **Roland Bläsi**, Schwob AG.



Gruss aus der Küche von **Johannes Denk** für **Carla Lopes**, Hotel Managerin Kempinski Grand Hotel des Bains (l.) und «Kempinski»-PR-Direktorin **Betina Welter**.



Liessen sich die Cocktailparty nicht entgehen: **Dominic und Laurence Bachofen**, Direktorenpaar im Carlton Hotel St. Moritz.



Brenda Zimmermann, Sales- und Marketingdirektorin Kulm Hotel St. Moritz und Grand Hotel Kronenhof Pontresina, mit «Kronenhof»-Direktor **Marc Eichenberger**.



Zwei Branchengrößen, die nicht nur über ihre frühere Arbeit im Hotel Waldhaus Sils und im Restaurant «Talvö» in Champfèr sprachen: **Felix Dietrich** (l.) **Roland Jöhri**.

Sesselrücken

Finanzchef wird neu CEO der Pilatus-Bahnen

Godi Koch (51, Bild), zurzeit Finanzchef und stellvertretender CEO der Pilatus-Bahnen, wird per 1. Juni 2014 CEO des Unterneh-



ZVG

mens. Er wird in dieser Funktion **André Zimmermann** (44), ersetzen, der Ende Mai 2014 die Pilatus-Bahnen verlässt, um auf den 1. Juli bei den Pilatus Flugzeugwerken eine leitende Position zu übernehmen.

Kameha Grand Zürich baut Team weiter aus

Kai Kenngott (45) ist als Director of Rooms neu verantwortlich für die Bereiche Front Office, Logistics, Guest Relation, Spa, Housekeeping und Technik des Kameha Grand Zürich. **Imke de Ferrari**



ZVG

(38) ist Director of Revenue Strategy. Sie ist verantwortlich für die Umsetzung der Preisstrategie und Etablierung der Vertriebskanäle. **Eduardo de Magalhaes** (34, Bild) wird am 1. April als Director of Sales zum Team stossen. Er wird für die Neukundengewinnung sowie sämtliche Vertriebsaktivitäten zuständig sein.

Rückkehr zu Lindner in Leukerbad

Jürgen Marx kehrt an seine alte Wirkungsstätte in Leukerbad zurück. Er wird Direktor der Lindner Hotels & Alpenthermie in Leuker-



ZVG

bad. Die bisherige Interims-Direktorin **Carolina Cordes** wechselt ins Lindner Golf & Wellness Resort Portals Nous auf Mallorca. Bisher führte Jürgen Marx das Lindner Hotel Kaiserhof in Waldshut, war aber früher schon einmal Direktor des Lindner Betriebes in Leukerbad.

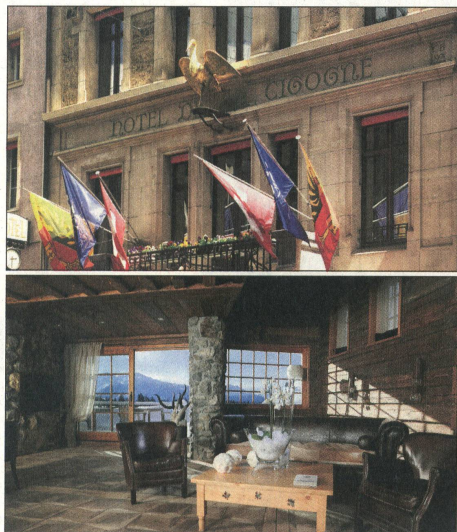
Neuer Direktor für Waldhotel National Arosa

Christian Zinn (33, Bild) wird neuer Direktor des Waldhotel National in Arosa. Er übernimmt die



ZVG

Leitung des Familienhotels per Anfang März 2014 und folgt auf **Steffen Volk**. Seit Herbst 2012 ist Zinn Vizedirektor des Riessersee Hotel Resort, wo er seinen Vater unterstützt. Zuvor war der gebürtige Bayer über sieben Jahre in bekannten Engadiner Vier- und Fünfsternehäusern tätig. dst



L'Hôtel de la Cigogne à Genève (en haut, à gauche), l'Hostellerie du Pas de l'Ours à Crans-Montana (en bas, à gauche) et le restaurant du Cerf de Carlo Crisci à Cossonay figurent parmi les 13 établissements Relais & Châteaux de Suisse romande.



chefs Relais & Châteaux et 650 convives. Un moyen de renforcer les liens entre les membres, de créer un esprit familial.

Quel rôle la gastronomie suisse peut-elle jouer dans cette constellation?
La Suisse bénéficie d'une gastronomie exceptionnelle, mais elle ne communique pas assez à l'international, alors qu'elle pourrait devenir une vitrine. Un Suisse parlera «d'un petit vin sympa», un Français «d'un très grand vin». Je m'interroge chaque jour sur la manière de combler cette lacune. Nous devrions nous inspirer de la notoriété «Swiss made» de l'horlogerie.

Vous êtes actif dans la grande distribution notamment par le biais des coffrets cadeaux. Quelle part de vos recettes représente ce canal de réservation?
Environ 16% et notre centrale de réservation environ 84%. L'axe de la grande distribution reste important pour se faire connaître, il constitue une sorte de démocratisation du produit, avec un prix d'appel intéressant. Nous prévoyons de lancer en 2014 un coffret réunissant les établissements suisses.

Depuis la création de la Route du Bonheur en 1954, vous n'avez cessé de développer des itinéraires. Quel intérêt au niveau touristique?
Nous comptons 54 itinéraires au niveau international, dont trois en Suisse et nous planchons sur un quatrième itinéraire sur le thème des Old Timer, de Neuchâtel au Valais. Ces produits rencontrent un vif succès; ils permettent à l'hôte de découvrir une région, tout en valorisant et renforçant notre réseau.

Réseau suisse 30 membres dont 10 Grands chefs

En Suisse, Relais & Châteaux compte 30 hôtels et restaurants. L'Hôtel Mammertsberg (TG) et l'Hôtel Chasa Montana (GR) l'ont rejoint en début d'année. Franck Reynaud de l'Hostellerie du Pas de l'Ours, à Crans-Montana, et Dario Cadonau, du In Lain Hotel Cadoneau à Brail en Engadine sont promus Grands chefs Relais & Châteaux, désormais au nombre de 10 en Suisse. **A l'international**, l'association compte 515 établissements dans 64 pays. Elle réunit 160 Grands chefs. lb

En bref

Fribourg

Association pour une image moins ringarde

Treize partenaires fribourgeois, parmi lesquels l'Association fribourgeoise des hôteliers et l'Union fribourgeoise du tourisme, s'unissent pour donner une image plus dynamique de leur canton. L'association, baptisée Fribourgissima, lance une campagne avec le slogan «Fribourg, le bonheur en plus». Elle annonce à «La Liberté» vouloir se présenter lors de grands événements suisses et lancer des opérations de guérilla marketing. lb

Valais

Un record de nuitées pour Crans-Montana



Crans-Montana annonce un exercice 2012-2013 record, avec une croissance nette de +3,4%. «Cette performance globale est pour Crans-Montana une première depuis cinq ans, un retournement de tendance notable, et une satisfaction pour nos collaborateurs», se réjouit son directeur Philippe Rubod. La station a fait la différence, notamment grâce à l'Omega European Masters of Golf dont les dates tombaient en septembre 2013. aca

Vaud

La CGN berce et régale les amoureux



La Compagnie générale de navigation sur le lac Léman (CGN) organise des soirées romantiques à l'occasion de la St-Valentin. Les amoureux pourront embarquer le vendredi 14 février au départ de Lausanne ou de Genève pour une croisière gourmande, grâce à un menu spécial composé d'un ceviche de truite de mer au gingembre et zestes d'agrumes suivi d'un médaillon de veau en cuisson lente. Le prix de la croisière comprenant le menu pour deux personnes s'élève à 250 francs.

Genève

Salon SIHH: fréquentation en hausse de 9%

Le Salon international de la haute horlogerie (SIHH) de Genève a fermé ses portes sur un bilan très positif: 14 000 visiteurs dont 1 300 journalistes ont afflué durant les cinq jours, soit une augmentation de respectivement 9% et 12%, annoncent les organisateurs. Les Suisses constituent le plus gros contingent au sein du public européen lequel représente plus de 60%. La part des visiteurs asiatiques a progressé de 11% et celle du Moyen-Orient de 8%. lb

A l'affût de petites perles urbaines

Relais & Châteaux fête ses 60 ans en valorisant la gastronomie. Le directeur Suisse et Liechtenstein de l'association annonce ses ambitions, notamment en ville.

LAETITIA BONGARD

Richard Guyon, l'association Relais & Châteaux existe depuis 60 ans. Comment se porte-t-elle en Suisse, où elle est présente depuis 39 ans? Bien. L'association compte 30 établissements gastronomiques et hôteliers, lesquels représentent 4% du chiffre d'affaires mondial de l'association. L'exercice 2013 a été nettement plus réjouissant que l'année précédente: le chiffre d'affaires généré par notre centrale de réservation a progressé de 14% par rapport à 2012, soit 6837 nuitées au total, en augmentation de 31%, pour un séjour de 2,34 nuits en moyenne.

Relais & Châteaux est encore absent de certaines régions de Suisse. Vous y travaillez? Tout à fait, bien que notre objectif soit davantage orienté vers la qualité que la quantité. Idéalement, nous aimerions beaucoup trouver des établissements à Zurich et à Zermatt. Nous y travaillons mais ce n'est pas toujours évident de réunir tous les critères. Nous excluons par exemple la double affiliation. Et ce n'est pas notre but d'arracher des établissements à d'autres associations.

Vos nouveaux membres viennent-ils à vous ou

allez-vous à leur rencontre?
Les deux. Cette année, nous avons reçu une dizaine de candidatures, deux ont été retenues. De notre côté, nous sommes toujours à l'affût de nouvelles perles, notamment en milieu urbain.

Pourquoi cet intérêt pour les villes, alors que vous défendez le charme et la tradition?
Cette stratégie répond aux retours de notre clientèle, mais également à l'évolution du marché. Cet espace est propice à l'activité corporate et MICE que nous cherchons à renforcer. Ce créneau représente 20%, la clientèle loisirs 80%.



«Nous aimerions beaucoup trouver des établissements à Zurich et à Zermatt.»
Richard Guyon
Directeur Suisse Relais & Châteaux

philosophie Relais & Châteaux. Elle a été renforcée sous la présidence de Jaume Tapies entre 2009 et 2013, avec notamment la mise en place d'événements culinaires de grandes envergures à Versailles, New York et Londres, réunissant jusqu'à 60 Grands

Une belle vitrine... en attendant la paix

L'ouverture du Sommet de Genève sur la Syrie a placé Montreux en vitrine du monde. Louanges et remerciements ont entouré ces deux jours «inconvenients».

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Si le bruit et la fureur du monde ont placé Montreux au centre de ce village global deux jours durant, ils n'ont guère dérangé les Montreusiens. Tout justifie l'interdiction au public de la rue Claude Nobs, qui longe les façades du

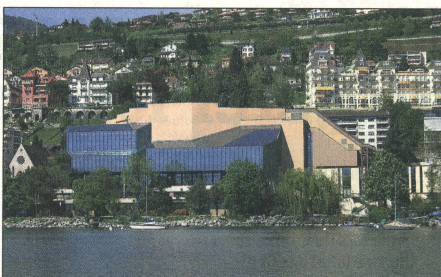
Montreux-Palace et du Centre de congrès 2m2c, a-t-elle fait un peu jaser. Et les invectives entre quelques manifestants syriens (pro et anti-Assad) n'ont fait qu'amuser le badaud et justifier l'installation de barrières. Pour le reste: circulez, y'a rien à voir! Même pas une nuée d'hélicoptères, ni le passage furtif d'un avion de chasse.

Et tout le monde, dès lors, de se congratuler à coups de communiqués de presse élogieux, remerciements à la population et aux autorités du Secrétaire général de l'ONU, du Secrétaire d'Etat américain, du Président de la Confédération. La Police cantonale vaudoise souligne, chiffres à l'appui, que «tout s'est bien passé».

La grogne? Tout juste celle d'une compagnie de taxis et celle d'un médecin agacé que l'accès à son cabinet soit rendu plus difficile.

La station, en revanche, y a beaucoup gagné «en termes de visibilité». La commune se dit «honoriée d'avoir permis de poser les premiers jalons d'une paix revenue en Syrie». Du côté du centre de congrès, on se félicite aussi de ce baptême du feu réussi pour le nouveau centre de communication. Lui qui fut certainement le partenaire le plus sollicité puisque ce ne sont pas 400, mais plus de 1000 journalistes que le centre de presse a accueillis.

Tout, jusqu'à la météo, a donc concouru à mettre Montreux en

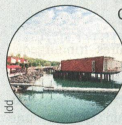


Le centre de presse du 2M2C de Montreux a accueilli plus de 1000 journalistes durant l'ouverture du Sommet de Genève. ldd

vitrine du monde. «Une belle vitrine», note Francis Scherly, éminent observateur et analyste du monde du tourisme. Pour lui, «difficile cependant de tirer un bilan chiffré de l'événement». Il faudrait pouvoir comptabiliser le nombre de fois où le nom et l'image de Montreux et ses atours sont apparus dans les médias...

Bien sûr, beaucoup plus pragmatiquement: les 1700 repas servis trois jours durant aux seules forces de sécurité ne sont pas à négliger. Resterait aussi la riche expérience de tout le personnel hôtelier, notamment du Montreux-Palace et du Grand-Hôtel Suisse-Majestic, d'avoir côtoyé quelques grands de ce monde.

Pour le plaisir

La Suisse est
un amour
imparfait

On rêve de vendre touristique-ment le canton de Vaud et l'Hôtel

Palafitte, à Neuchâtel, avec les images des cinéastes français: les frères Larrieu. Dans leur dernier film «L'amour est un crime parfait», on voit... Des phares noctambules sur la neige. Le Learning Center, à Lausanne, filmé comme un corps troué irrigué par le vide. Les coques du cinq étoiles telles d'ardentes veinales. Un cinéma d'érosion, de pertes, de scandales. Une traversée sensuelle sans bons ni méchants. De constants va-et-vient entre un chalet coossu tapissé de livres et le paquebot de l'EPFL. Le bois rendant son éclat à la montagne; la blancheur technologique aidant le lac à rayonner. Et les acteurs, pas de barbes barbus, mais nos contemporains tirant anxieusement sur une cigarette électronique, éprouvant des angoisses métaphysiques. Une Suisse nue. Spectre somnambule en paysages effrayants de beauté, par leur radicalité, leur lumière à vif. Le touriste d'aujourd'hui ne veut plus que des cartes postales. Mais se nourrit aussi d'un septième art de l'outillage, de l'insoumission. Même dans ce cinéma-là on rêve de séjour dans un hôtel de luxe, mais l'eau devient miroir des flammes. aca

En bref

Vaud

La Fourchette du
Léman sous l'œil
des photographes

L'Alimentarium de Vevey lance un concours photo sur le thème de la **Fourchette**, emblème du musée. Les participants sont invités à immortaliser l'ustensile géant planté dans le Léman, œuvre de Jean-Pierre Zaugg. Chaque semaine, les meilleures images seront relayées sur les réseaux sociaux. À l'issue du concours, dès le 30 avril, trois images seront éditées en format carte postale et mises en vente.

Projet d'extension
du Beau-Rivage
Palace

Le Beau-Rivage Palace de Lausanne projette de s'agrandir, annonce le «24 heures». L'hôtel cinq étoiles supérieur a soumis à l'enquête publique un projet de construction d'un centre de conférences d'une capacité de 100 personnes qui sera relié à l'hôtel et de trois pavillons. «Chaque pavillon abritera 3 ou 4 chambres au rez-de-chaussée et une suite jusqu'à 200 m²», indique le directeur François Dussart. Le Beau-Rivage terminera en mai la rénovation des 100 chambres de l'aile Palace; les 68 chambres de l'aile Beau-Rivage devraient suivre. lb

Des élans importants

Lundi prochain, l'Aide suisse aux montagnards lancera sa collecte de dons 2014. Cette campagne sera une fois encore bénéfique pour le tourisme suisse.

THERES LAGLER

Fort symbole touristique de la Suisse, le cor des Alpes sera également à l'honneur lors de la campagne annuelle de levée de fonds organisée entre le 3 et le 16 février par l'Aide suisse aux montagnards. L'atelier Bernatone à Habkern dans l'Oberland bernois est l'un des sujets illustrés sur les annonces. Le jeune artisan Heinz Tschiemer a quitté son emploi pour se lancer dans la voie de l'indépendance en construisant des cors des Alpes. A cet effet, il s'est installé dans l'ancien magasin de la localité, fermé depuis plusieurs années. Habkern a ainsi gagné une attraction touristique au cœur du village et Heinz Tschiemer s'est assuré un revenu pour sa famille de quatre personnes. L'Aide suisse aux montagnards lui accorde un appui financier et épaula ses premiers pas dans cette nouvelle aventure.

L'Aide suisse aux montagnards parraine des projets dans toutes les parties du pays. Ainsi, l'organisation participe actuellement à la rénovation de l'Hôtel de la Truite situé dans les gorges de l'Areuse. Ce défilé rocheux qui relie le Val de Travers au lac de



L'Hôtel de la Truite (NE) sera restauré en plusieurs étapes grâce à ce programme annuel.

Images Aide suisse aux montagnards

Neuchâtel est aussi un point de départ pour des randonnées sur le Creux du Van. Chaque année, la région attire quelque 70 000 adeptes de la marche. Les chambres de l'hôtel et la salle des fêtes seront restaurées en plusieurs étapes.

Au sud des Alpes, Ilario Garbani fait revivre la tradition de la Farina Bona. Il a retrouvé le secret de la farine de maïs jalousement conservé depuis le XVIII^e siècle:

réduit en poudre, le maïs est rôti selon une méthode ancestrale qui lui confère son goût unique. Son moulin est déjà devenu une attraction touristique qui permet au Val Onsernone de connaître à nouveau une certaine animation. De nombreux projets soutenus par l'Aide suisse aux montagnards sont issus du domaine de l'agrotourisme, à l'image de la ferme Büelsteihof d'Oberschan (SG). La famille Gabathuler di-

stille ses propres eaux-de-vie, en cave son vin, accueille ses hôtes autour d'une table et assure ainsi l'avenir de son exploitation agricole.

L'an dernier, l'Aide suisse aux montagnards a soutenu 617 projets dans les régions de montagne. Après 2012, l'année 2013 a affiché les meilleurs résultats avec des investissements à hauteur de 28 millions de francs.

Deux facteurs expliquent ce résultat exceptionnel, selon Regula Straub, directrice de l'Aide suisse aux montagnards. «En 2012, nous avons lancé la deuxième étape de l'opération Enjoy Switzerland en collaboration avec Suisse Tourisme et cet ensemble de mesures a suscité un appel d'air dans ce secteur», précise-t-elle.

«En 2013, la nouvelle loi sur la protection des animaux a incité de nombreux paysans à agrandir leurs étables.» En règle générale, Regula Straub constate que le vaste champ d'activité de l'Aide suisse aux montagnards rencon-

«Dans le domaine du tourisme, ces opérations font preuve d'efficacité.»

Regula Straub

Dir. Aide suisse aux montagnards

tre des échos toujours plus vifs. «Dans le domaine du tourisme, ces opérations ont apporté la preuve de leur efficacité et les demandes sont nettement plus nombreuses», relève-t-elle.

Les chiffres confirment cette évolution. En 2008, l'Aide suisse aux montagnards a investi 2,5 millions pour des projets liés au tourisme.

Ce montant s'est élevé à 3,3 millions de francs en 2013 alors même que le programme ne comportait aucun projet spécifique du type Enjoy Switzerland. Cette année, Regula Straub aimerait faire porter l'action sur le secteur des arts et des métiers. Au nombre des projets retenus figure une boutique établie à Ardez (GR), qui propose des articles artisanaux confectionnés avec de la laine de mouton. Une initiative qui recèle une incontestable dimension touristique.

Traduction Jean-Pierre Ammon sur la base d'un texte en page 2.



L'Hôtel de la Truite, à Champ-du-Moulin, un point de départ vers les gorges de l'Areuse.



La tradition de la Farina Bona, au Tessin.

L'art et la manière
de gérer les priorités

Viviana Colonna du Mandarin Oriental de Genève a terminé troisième lors du Concours international des meilleurs réceptionnistes. Son empathie et sa spontanéité ont été récompensées.

LAETITIA BONGARD

Lorsqu'elle décroche le combiné, le son de sa voix a disparu, elle s'en excuse d'un petit accent mélodieux rappelant ses origines italiennes. Viviana Colonna, réceptionniste au Mandarin Oriental de

Genève depuis le mois d'avril, s'est classée troisième ex aequo lors du Concours international des meilleurs réceptionnistes qui s'est tenu au Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten de Hambourg. «C'était juste génial d'y participer, il régnait une très belle ambiance, beaucoup plus dans un esprit de rencontre et d'échange que de compétition», partage la jeune femme de 24 ans, diplômée de l'Ecole hôtelière de Lausanne.

«Viviana fait preuve de beaucoup de spontanéité, d'empathie et d'écoute. Elle sait rester naturelle malgré le standard imposé par les établissements de luxe», relève Franck Albespy, président suisse de l'Amicale Internationale

des sous-directeurs et des chefs de réception des grands hôtels (AICR) et organisateur du concours. Les 14 réceptionnistes en compétition devaient gérer deux clients aux besoins urgents: d'un côté une habituée de l'hôtel, avec des exigences médicales, devant organiser des réunions alors que l'établissement est complet; de l'autre la responsable furieuse d'un groupe de touristes dont le réveil n'a pas sonné. «Une situation très réaliste, atteste Viviana Colonna. Il me paraissait important de commencer par les séparer», explique-t-elle.

«Le niveau du concours était très élevé cette année, le scénario offrait beaucoup d'ouverture.



Viviana Colonna (à droite), troisième ex aequo avec Tarryn Adams de Dubaï (au centre), entourées des autres finalistes.

Tout est dans l'art et la manière de gérer les priorités, de faire patienter les clients», indique Franck Albespy, par ailleurs directeur de la réception du Beau-Rivage de Genève.

Organisé pour la 19^e fois par l'AICR, le «David Campbell Trophy» a désigné Gwendolyn Chia

du St. Regis Hotel de Singapour Meilleure réceptionniste 2014. «Cette compétition constitue un véritable tremplin dans la carrière des participants», note Franck Albespy. Mais aussi: visibilité et reconnaissance au sein de la profession. La prochaine édition se déroulera à Singapour, en 2015.

De grandes manifestations, dont Air 14, animeront la rive sud du lac de Neuchâtel cet été. L'occasion pour la région de développer des compétences et renforcer sa cohésion.

MIROSLAW HALABA

La région qui s'étend d'Yverdon à Morat, sur la rive sud du lac, a le vent en poupe. Grâce à l'événementiel, elle connaît depuis Expo.02 une activité débordante qui ne cesse de croître. L'été prochain en apportera une nouvelle preuve avec, notamment, la célébration du 100e anniversaire des forces aériennes suisses. «Un événement grandiose et une grosse opportunité pour présenter la région», lance Laurent Mollard, directeur de l'Office du tourisme d'Estavayer-le-Lac Payerne et Région.

Organisé sur deux week-ends (30-31 août, 6-7 septembre), le grand show aérien Air 14 Payerne devrait attirer au total quelque 400 000 personnes. Les acteurs touristiques seront présents sur une surface d'environ 1000 m² qui réunira, outre les offices du tourisme de la région, l'Office du tourisme du canton de Vaud, l'Union fribourgeoise du tourisme et Suisse Tourisme.

Inciter les visiteurs à revenir dans la région

«Nous planchons sur une manière d'interpeller les visiteurs afin de les inciter à revenir dans la région», explique Laurent Mollard. Pour sa part, la plate-forme nationale veut promouvoir cet anniversaire à l'étranger en organisant, entre autres, un grand



A l'image d'autres événements majeurs, le Festival Stars of Sounds animera les bords du lac de Morat, les 13 et 14 juin prochains.

Stars of Sound/Simon Marti

Events comme tremplin

voyage de presse international. Auparavant, l'attention du public sera attirée sur une nouvelle manifestation à Morat. En mai et juin, un spectacle en plein air, intitulé «1476», fera revivre la bataille de Morat. «C'est un projet très ambi-

tieux que l'on peut comparer aux Jeux de Tell», indique Stéphane Moret, directeur de Morat Tourisme. Trente-deux représentations sont programmées, soit un potentiel d'environ 45 000 spectateurs. «Vu les moyens mis en place et le

rayonnement national et international auquel ce spectacle aspire, il est fort probable que dernier soit pérennisé», ajoute Stéphane Moret.

Ces deux événements-phares ne seront pas les seuls à drainer des visiteurs dans la région. Avenches sera présente avec le Festival d'opéra, dont ce sera la 20e édition, Rock Oz'Arènes et Avenches Tattoo. En avril, ce sera le SlowUp autour du lac de Morat (27 000 participants en 2013) qui sera à l'affiche. Morat, qui avait fait un tabac avec le concert de Zucchero en 2011 et qui avait reçu Elton John en 2013, accueillera Brian Adams à l'enseigne de Stars of Sounds. L'affluence sera à son comble durant le 2e week-end d'Air 14, puisqu'il y aura parallèlement l'exposition internationale Panorama céramique à Morat, la

«Depuis cinq ans, la région moratoise se profile dans l'organisation d'événements.»

Stéphane Moret
Directeur Morat Tourisme

Fête des légumes à Chiètres (60 000 personnes attendues) et Avenches Tattoo.

«Une dynamique positive»

Inutile de dire que tous ces événements, auxquels s'ajoutera dans deux ans la Fête fédérale de lutte, apportent beaucoup à cette région à cheval sur deux cantons. Outre les retombées économiques, ils créent une dynamique positive pour l'avenir touristique.

«Nous sommes toujours plus en contacts entre nous et la région développe des compétences en matière d'organisation», note Elisabeth Rueggesser, directrice de l'Association régionale du Lac. Stéphane Moret sent bien ce phénomène: «Depuis cinq ans, la région moratoise se profile clairement dans l'organisation d'événements nationaux, voire internatio-

naux.» Et cela avec succès, car il ajoute: «Les organisateurs reviennent et nous avons, chaque année, au moins trois nouvelles demandes.» Laurent Mollard croit aussi aux vertus des events. «J'espère qu'ils contribueront à créer une cohésion dans la Broye et qu'ils inciteront les gens à travailler davantage ensemble sur de nouveaux projets», dit-il à titre personnel.

Le succès de ces manifestations met toutefois aussi en lumière un problème majeur: l'hébergement. «Les grands événements montrent clairement que nous manquons de capacités», commente, à l'unisson avec ses collègues, Elisabeth Rueggesser. Ainsi, pour Air 14, par exemple, des visiteurs devront être logés à Berne, à Lausanne, à Fribourg ou encore à Neuchâtel, fait remarquer Laurent Mollard. Il faudra faire avec, car rien n'indique que les choses devraient changer radicalement dans l'immédiat.

La pause du Vieux Manoir

Face à une offre hôtelière lacunaire dans la région, la fermeture du Vieux Manoir de Meyriez depuis la fin octobre n'est pas pour améliorer la situation. D'autant plus qu'il s'agissait de l'unique cinq étoiles du canton de Fribourg. Difficile de connaître le sort qui sera réservé à l'établissement Relais & Châteaux. Les propriétaires Martin et Judith Müller-Oprecht restent muets sur leurs intentions: «Nous ne voulons rien dire, tant que nous n'en savons pas

plus. Si nous avions des projets concrets, nous les aurions déjà communiqués. Nous répétons depuis le début qu'il s'agit d'une pause hôtelière», répond Judith Müller-Oprecht.

Une modification du plan d'affectation des zones a été dévoilée le 10 janvier. La révision partielle de celui-ci est nécessaire pour pouvoir transformer et agrandir l'hôtel. «Il s'agit d'un compromis entre les exigences des citoyens et celles du Vieux Manoir», indique le syndicat de Meyriez Walter

Zürcher. La commune espère que le Vieux Manoir pourra rouvrir son hôtel. Mais cela pourrait prendre plus de temps que prévu. Le changement d'affectation devra d'abord être accepté, d'éventuels recours ne sont pas exclus. Ensuite seulement, un projet d'agrandissement pourra être développé et présenté. La Maison au bord de l'eau et le Diamant de verre ouvriront comme prévu le 14 février. dst/lb

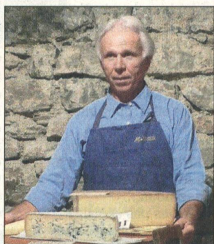
Lire aussi en page 4

Visions de meule et grappe

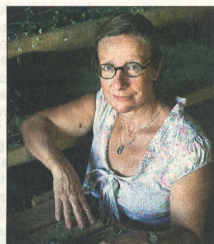
«La Table» de l'Hôtel Le Sapin de Charmey frappe un grand coup le 7 février. Jacques Duttweiler et Marie-Thérèse Chappaz présenteront des mariages entre fromages et vins.

Roulements de tonneaux, vrombissements de mur de pierre. «La Table» du chef David Sauvignat, 15 points au Gault Millau, de l'Hôtel Le Sapin, à Charmey, propose une rencontre au sommet le vendredi 7 février, dès 19 heures, pour le prix de 90 francs.

Au programme six vins d'exception et six fromages du terroir. Et le combat amical sur le ring des papilles peut débiter autour de deux artisans reconnus et rigoureux. A ma droite, Marie-Thérèse Chappaz, vigneronne déjà mythique de Fully, fée des vins surmaturés estampillés



Jacques Duttweiler, fromager des chefs.



Marie-Thérèse Chappaz, grande vigneronne. photos ldd

«Grains nobles confidenCiel» et connue aussi pour ses vins secs comme son Ermitage (Marsanne blanche). Grain d'Or illustre son savoir-faire. A ma gauche Jacques Duttweiler, fromager-affineur à Thierrens (VD) qui fournit de nombreux chefs étoilés, notamment Benoît Violier et Anne-

Sophie Pic. Il propose 140 sortes de pâtes dures et molles dont un Gruyère qui croque sous la dent à l'instar du caramel. Au sujet de «La Table», le Gault Millau loue la pintade parfumée à la fève tonka qui répond au lard fumé. aca

www.hotel-le-sapin.ch

Les gens

Le programmeur de Festi'Neuch nommé directeur

Antonin Rousseau (photo) a repris la direction de Festi'Neuch. Il en était déjà le programmeur et le co-fondateur avec Christophe



Valley, président de la Fondation de Festi'Neuch et du festival, qui se retire après 13 ans de fidélité. Rappelons qu'il dirige Charmey Tourisme depuis avril 2012. Antonin Rousseau, qui succède à Cyril Villemain, sera secondé à la direction par Lorin Thorax et Romaine Delaloue, tous deux déjà employés au sein du festival.

Du FVS Groupe à la direction de Provins



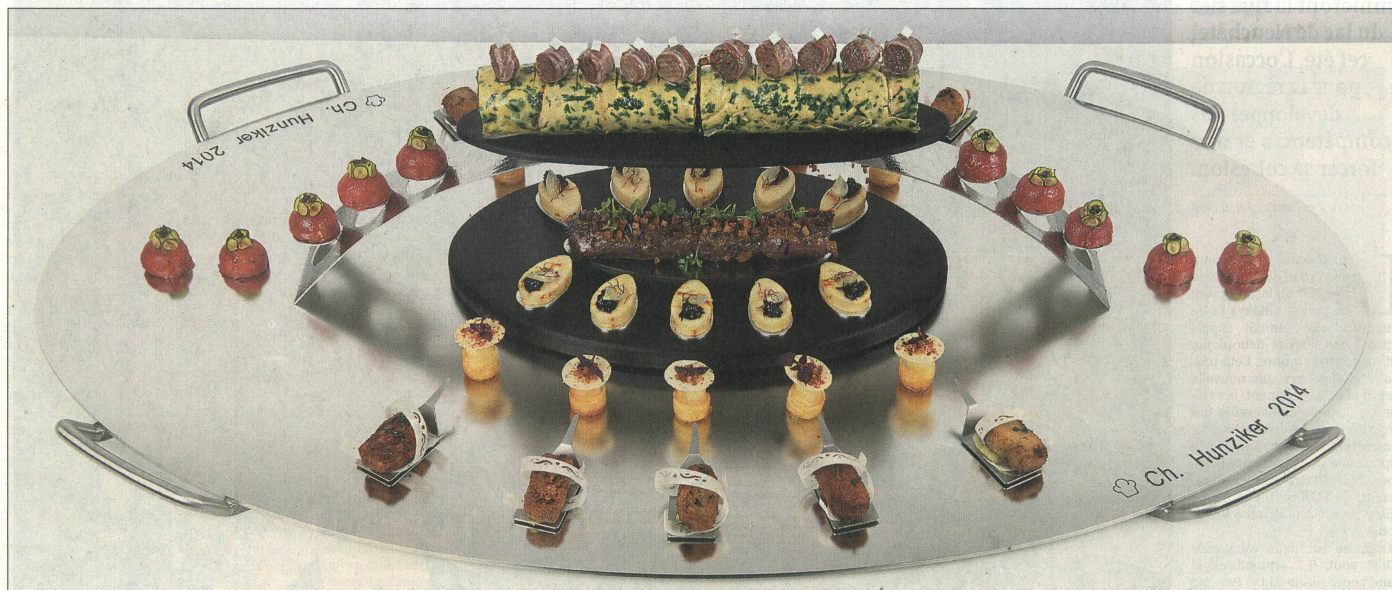
Raphaël Garcia reprendra la direction de la coopérative valaisanne Provins le 10 mars 2014. Le conseil d'administration relève sa personnalité «orientée client», nécessaire à la valorisation des crus du vigneron de l'année 2013. Raphaël Garcia a passé les neuf dernières années à la tête du FVS Group, l'entreprise qui exploite le Centre d'expositions et de réunions de Martigny. Il succède à Roland Vergères, dont le départ subit a été annoncé à la mi-janvier.

Un expert des technologies rejoint Accor

Vivek Badrinath est nommé directeur général adjoint du groupe Accor. «Il aura en charge le marketing, le digital, la distributi-



on et les systèmes d'information», indique un communiqué. Il sera membre du comité exécutif du groupe et entrera en fonction le 1er mars. Son importante expérience dans l'industrie des télécommunications «devrait nous permettre de faire face aux grands enjeux de l'hôtellerie», relève le PDG du groupe Sébastien Bazin. lb



La pièce de gigot et la roulade d'épaule sont les plats de viande proposés par Christoph Hunziker, Bocuse d'Or Suisse 2014.

Images Bocuse d'Or Suisse

Genève. Salon Sirha 2014. La deuxième édition de cette manifestation franco-suisse a présenté de nombreuses compétitions, dont le prestigieux Bocuse d'Or Suisse. Sa directrice veut attirer plus d'exposants encore.

Le silence des agneaux

Le Bocuse d'Or 2014 vient de sacrer Christoph Hunziker. Il s'impose en professionnel rigoureux. Le chef de Thoune représentera la Suisse, en mai, à Stockholm.

ALEXANDRE CALDARA

Après un défilé de grands plateaux à la présentation et à la découpe complexe. Les assiettes du quatrième concurrent du Bocuse d'Or Christoph Hunziker semblent simples, efficaces, rapides pour le service. Malgré de multiples éléments éparpillés dans l'assiette et une liste impressionnante de saveurs. D'où émergent des effluves de figues sauvages et des fleurs d'alpage pour accompagner la viande imposée: un gigot et une épaule d'agneau. Son esthétique aérienne sur le plat de poisson, se nappe de classicisme pour la viande, alors que d'autres candidats osent une fantaisie plus débridée.

Compétitions Des Suisses dans le doux et le design

Autres concours. Chef de partie au Mandarin Oriental de Genève, Thomas Duchemin a remporté le concours «Chef & designer» avec Charlotte Lachaut. Le Royaume-Uni devient champion d'Europe de pâtisserie et la Suisse obtient une «wild card» pour la Coupe du monde. Le salon Sirha s'est achevé mardi sur un bilan positif, les chiffres exacts ne sont pas encore connus. aca

A 17 heures, au terme de 5h40 de labeur, le chef de cuisine au Schärmehof de Thoune peut laisser éclater sa joie. Il vient de remporter la compétition, de quoi envisager sereinement l'ouverture de son propre restaurant en automne. Avant, les 7 et 8 mai, il représentera la Suisse lors du Bocuse d'Or Europe de Stockholm en compagnie de sa fidèle et appliquée commis Lucie Hostettler. Aux abords de midi, on l'a aperçue courir comme une dératée, comme honteuse de s'absenter quelques minutes de son espace cuisine. De l'abnégation, il en faut, comme lorsqu'elle prépare le rouleau de courgette aux olives noires.

Un jeune chef déjà habitué au monde des concours

Du haut de ses 31 ans, Christoph Hunziker, vétéran de la compétition, connaît le rythme et l'exigence des concours. En 2012, il s'était classé second lors du même concours et a remporté le Kadi, l'an dernier. Dès le début du concours, il se consacrait à lever ses filets de truite arc-en-ciel. Alors que tous les autres préparaient leur viande. Un bruit massif vient de l'espace réservée à Elodie Schenk: la cheffe de partie à l'Auberge du Soleil de Bursins aplatit une masse carmin. Plus tard dans l'assiette, elle proposera un craquant d'épaule confite à l'ancienne accompagnée d'un cône de bolet en persillade. Alors qu'elle dispose sa truite sur un lit crémeux de panais et sa sauce aux agrumes. Son équipe se distingue par la qualité de son silence au travail.

Thierry Boillat, chef de partie au restaurant Seven d'Ascona propose l'univers le plus abstrait. Dès le matin, on admire ses sphères croustillantes de pommes de terre reposant sur des tiges bleu pour accompagner une truite pochée. Avant de goûter, Benoît Violier membre du jury donne un coup de fourchette sur la sphère pour tester sa résistance. Thierry Boillat accompagne la truite d'une audacieuse salade de poireau et pa-

paye avec noix de cajou. Enfin son épaule d'agneau braisée en croûte de Panko évoque l'Asie, elle repose sur des galets noirs qui conservent la chaleur de la viande. Dès le matin Armin Fuchs, coach du concours, déploie ses bras sur le comptoir et affûte son œil. Dans son sillage un bataillon d'experts rôdent, prennent des notes, proposent des conseils discrets.

Première équipe entièrement féminine au concours suisse

Dernière candidate, Laure-Anne Dennis, commis de cuisine au restaurant du parc des Eaux-Vives, à Genève, semblait se battre

avec des blessures au doigt. A la tête d'une légion de battantes, première délégation entièrement féminine à participer à une finale du Bocuse d'Or Suisse. Elle a proposé avec le poisson des parfums audacieux du poivre Timut, une sauce hollandaise, de la mangue, de la passion et du gingembre. Quant à son melon d'agneau, elle le farcit au ris d'agneau.

Le Bocuse d'Or vaut aussi pour son cérémonial, quatorze grands

«C'est une fête de la cuisine fabuleuse pour l'ensemble du pays.»

Franck Giovannini
Président du jury du Bocuse d'Or

chefs attablés formant le jury. «Le processus est simple, toutes les notes cumulées se laissent comptabiliser par un ordinateur et que le meilleur gagne. C'est une fête de la cuisine fabuleuse pour notre pays», précise Franck Giovannini, président du jury. En regardant les assiettes, le sage des sages, Frédy Girardet dit: «C'est spécial, on verra.»

Christoph Hunziker.



Questions à Marie-Odile Fondeur

Directrice du Sirha, Salon international de la restauration de l'hôtellerie et de l'alimentation. Adjointe au maire de Lyon pour les ressources humaines, le commerce et l'artisanat.

Marie-Odile Fondeur qu'est-ce qui distingue le Salon Sirha de Genève de ses concurrents? Il s'agit d'un salon «premium». Il propose des produits de grande qualité. Depuis 2012, nous sommes les seuls à nous situer sur le segment franco-suisse. Les exposants semblent satisfaits par le nombreux public et son intérêt. Nous avons un fichier de 46 000 noms de visiteurs potentiels à travers le monde. Le nombre de restaurants étoilés en Suisse montre l'exigence de la population.

Que pouvez-vous améliorer?

Le nombre d'exposants. Nous en avons 200 cette année. C'est possible, nous pouvons attirer encore plus d'entre-elles notamment en Suisse alémanique. Cette année notre espace consacré à la boulangerie et à la pâtisserie était plus conséquent.

Pourquoi travaillez-vous autant en lien avec les chefs?

Un produit se vend grâce à l'expérience d'un chef, il peut en parler avec émotion. Nous disposons d'un réseau de 1800 chefs. Nous croyons beaucoup à la compétition, aux concours. Paul Bocuse a été le premier à comprendre l'importance de la

mise en scène. A travers, les concours nous créons l'émotion. Les consommateurs restent avides d'expériences nouvelles.

Pourquoi le concept Omnivore, aussi propriété de la société GL Events, n'a pas fait le déplacement de Genève cette année?

Omnivore à travers Luc Dubanchet est à la recherche de chefs branchés et il ne les a pas trouvés en 2012, à Genève. On est prêt à se laisser surprendre. Pour nous Français, la Suisse reste particulière avec des personnes bien entre elles, chez elles.

Après Moscou et Istanbul, le salon Sirha cherche aussi à s'implanter à Shanghai.

Racontez-nous... Nous n'avons pas choisi la facilité. Nous organisons déjà le Bocuse d'Or Asie. Hong Kong ou Singapour où la haute gastronomie est mieux implantée aurait été plus aisé. A Shanghai, il existe un fossé entre la cuisine populaire et celle des hôtels d'affaires. Difficile de parler grande cuisine à des personnes qui mangent en buvant du Coca. Mais nous possédons un bon lobby, notamment avec le chef français Paul Pairet ou l'Allemand Stefan Stiller. Il nous

manque encore un ambassadeur chinois. Nous avons réussi cela avec Anatoly Komn en Russie et Mehmet Gürs en Turquie, ils sont ouverts sur le monde, plaisent à un large public.

Comment conciliez-vous votre carrière politique et votre activité de directrice de salon?

Tout est lié. Je me suis engagée au côté de Gérard Collomb, maire de Lyon, parce que je tenais à la parité hommes femmes en politique. Nous défendons le vivre ensemble. Nous avons permis à des établissements d'ouvrir de nouvelles terrasses, développé des marchés de fin d'après-midi. On encourage une ville qui vit et on augmente le chiffre d'affaires des commerçants. On a permis à Paul Bocuse de proposer un nouveau projet dans une maison de maître mise en vente. Cela a donné Marguerite Restaurant avec Tabata Bonardi.

Vous aimez beaucoup Paul Bocuse...

Des gens viennent à Lyon rien que pour le toucher. Même diminué, il reste lucide, il a envie, crée des vagues de succès. Et il a déclaré: «Paris est la banlieue de Lyon...» aca



Beim Blick vom Grossen Mythen auf die Alpen, den Vierwaldstättersee und den Schwyzer Talkessel bleibt das Auge an der Schönheit der Landschaft hängen, nicht an kantonalen Grenzen. swiss-image/Christof Sonderegger

Perspektiven auf Schwyz

Der Kanton Schwyz hat eine lange touristische Tradition und eine grosse Anzahl Attraktionen. Eine Identität als Tourismuskanton hat er dennoch nicht herausgebildet.

ALEX GERTSCHEN



Dabei, denkt sich der Unbedarfte, spräche nicht nur die Vergangenheit für eine starke touristische Identität: Neben dem Rigi-Gipfel liegen im Kanton Schwyz mit den Mythen, dem Stoons, dem Sattel- und dem Hoch-Ybrig-Gebiet weitere voralpine Attraktionen, die jährlich mehrere Millionen Gäste anlocken. Auch das Kloster Einsiedeln sowie der Natur- und Tierpark Goldau zählen

«Die Nähe zu den Zentren schmälert den Übernachtungstourismus.»

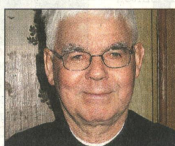
Monica Müller
Geschäftsführerin SZ Tourismus

len zusammen über eine Million Besucher pro Jahr. Der touristische Urkanton schreibt seine Vergangenheit bis in die Gegenwart fort.

Auch politisch vielfältiger Kanton

Als Grund dafür, dass sich Schwyz dennoch nicht als Tourismuskanton versteht, wird stets die Heterogenität des Kantons selbst angeführt. Schwyz besteht aus drei historisch geformten Teilen: dem «Alten Land» am Vierwaldstättersee, das seinerseits keine homogene Einheit darstellt, dem Bezirk Einsiedeln und der «Ausserschwyz» am Oberen Zürichsee (vgl. die Karte auf Seite 13). Wo die kantonale Identität an sich schwach ist, bildet sich auch kein Verständnis als Tourismuskanton.

«Ich stelle diese Eigenart bei den kantonalen Wallfahrten fest», sagt Pater Lorenz, der im Kloster Einsiedeln für die Wallfahrt zuständig ist. «Die Luzerner, Ob- und Nidwaldner sowie die Zuger kommen ge-



«Die Einsiedler Bevölkerung hat ein gespaltenes Verhältnis zum Tourismus.»

Pater Lorenz
Verantw. für Wallfahrt im Kloster E.

meinsam. Aus Gersau, Küsnacht oder Schwyz hingegen kommen sie als eigenständige Einheiten.»

Gerade in Einsiedeln zeigt sich, dass dem entwickelten Tourismus auch auf lokaler Ebene kein kollektives Selbstverständnis entspricht. Am 9. Februar stimmen die Einsiedler darüber ab, ob ein Grundstück der öffentlichen Hand

für ein noch vages Hotelprojekt oder anderweitig genutzt werden soll. Das vom Bezirksrat angestrebte 4-Sterne-Hotel schliesse eine weite Lücke im Angebot.

Verkehrintensiver und wertschöpfungsarmer Tagestourismus

Dass die Chancen des Projektes vor dem Souverän dennoch eher gering sind, hat nicht nur mit der erfolglosen Suche nach einem Investor zu tun. Pater Lorenz spricht von einem «gespaltenen Verhältnis» der Bevölkerung zum Tourismus. «Touristen werden eher als Fremde denn als Gäste gesehen.» In den Leserbrief-Spalten des «Einsiedler Anzeiger», die vor der Abstimmung prall gefüllt sind, findet sich diese Skepsis gegen-

über dem Tourismus wieder, zumal gegenüber einem staatlich geförderten. Ein Hotel erscheint wenigen als sinnvolle Investition.

Dabei handelt es sich um eines jener Projekte, derer es im Kanton grundsätzlich bedarf, damit der Tourismus für die Bevölkerung angenehmer und einträglicher wird. Denn in ganz Schwyz dominiert der verkehrsintensive und wertschöpfungsarme Tagestourismus. «Wir profitieren von der

Nähe zu Zentren wie Zürich oder Luzern», sagt Monica Müller, die Geschäftsführerin der kantonalen Organisation Schwyz Tourismus. «Doch leidet darunter der Übernachtungstourismus.»

Der Teufelskreis, der sich ausgerechnet im Klosterdorf dreht, wirkt andernorts in ähnlicher Form: Weil die Touristen nicht mehr für eine Woche, sondern nur

Fortsetzung auf Seite 12

Top Ten: Die wichtigsten Besuchermagnete im Kanton Schwyz

Attraktion/Betrieb	Gäste/Besucher (in Mio.)		Veränderung in Prozent
	2007	2012	
1. Bahnen und Lifte			
Mythenregion	k.A.	1,73	–
2. Rigi Bahnen	1,11	1,19	+7,2
3. Kloster Einsiedeln *	0,6-1,0	0,6-1,0	0
4. Natur- und Tierpark Goldau	k.A.	0,75	–
5. Hoch-Ybrig	0,38	0,40	+5,3
6. Sattel-Hochstuckli (Drehgondelbahn)	0,28	0,39	+39,3
7. Schiattli-Stoos-Bahn (Standseilbahn)	0,26	0,34	+30,8
8. Schifffahrt Vierwaldstättersee (Stationen in Schwyz)	0,25	0,24	–4,0
9. Morschach-Stoos (Luftseilbahn)	0,16	0,19	+18,8
10. Swiss Holiday Park, Morschach (Bade-Tagesgäste)	0,17	0,16	–5,9

* Schätzung des Klosters / Die Zahlen der Bergbahnen enthalten Berg- und Talfahrten.

Quelle: Amt für Wirtschaft, Kanton Schwyz

www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

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

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

htr hotelrevue

Ihr Experte für Kauf und Verkauf von Restaurantsbetrieben.
Möchten Sie Ihr Café, Restaurant oder Hotel verkaufen?
Wir haben ständig Anfragen von Interessenten!
Rufen Sie uns einfach an!
Tel. 0840 800 010



www.remicom.com

REMI(COM)

«Der Kanton hätte Fusion bevorzugt»

Urs Durrer leitet die Wirtschaftsförderung des Kantons und ist im Vorstand von Schwyz Tourismus. Obwohl Schwyz kein typischer Tourismuskanton sei, biete er Chancen, sagt Durrer.

ALEX GERTSCHEN

Urs Durrer, ist Schwyz ein Tourismuskanton?

Nein, wir sind – zumindest bisher – kein typischer Tourismuskanton. Wir haben mehrere touristische Perlen, wie die Rigi, den Stos oder das Kloster Einsiedeln. Aber generell sind wir ein Kanton, der sich schwer als Ganzes vermarkten lässt. Dies gilt auch für den Tourismus und ist ein Grund dafür, dass Schwyz Tourismus im Vergleich zu anderen kantonalen Marketingorganisationen kleinere Brötchen backt.

Dies ist Volkes Wille. Mehrere Gesetzesvorlagen für eine kantonale Tourismusfinanzierung sind verworfen worden. Das ist richtig. Schwyz Tourismus muss sich nun bewähren. Es gilt, den Tourismus im Kanton klarer zu positionieren und seine Qualität zu steigern. Will die Organisation dafür mehr Mittel zur Verfügung haben, muss sie diese bei privaten Partnern beschaffen. Dabei hat sie auch schon erste Erfolge verzeichnen können.

Wer sind die neuen Partner?
Es haben einige zugesagt, doch sind ihre Namen erst intern kommuniziert worden.

Viele Firmen engagieren sich in der Marketingorganisation Swiss Knife Valley (vgl. Text unten). Eine Bündelung der Kräfte wäre angezeigt. Der Kanton hat sich eindeutig mit Schwyz Tourismus commit-

ted. Schwyz Tourismus ist die einzige Organisation, die via Leistungsauftrag Geld für die touristische Vermarktung des Kantons bekommt. Der Kanton hat aber klar das Ziel kommuniziert, dass die beiden Organisationen kooperieren.

Auch eine Fusion ist zur Debatte gestanden. Das stimmt. Der Kanton hätte diese Lösung bevorzugt. Aber nachdem sie sich nicht hat realisieren lassen, gehen wir den Weg der kleinen Schritte. Wichtig ist, dass die Richtung stimmt, sich die Organisationen also nicht bekämpfen. Insgesamt ist das, was wir heute haben, um einiges besser als die Situation vor ein paar Jahren.

Wieso ist die Fusion gescheitert?
Die vorhandenen finanziellen Strukturen der Organisationen haben keine echten Synergien zugelassen.

Wieso hat der Tourismus in der Bevölkerung einen geringen Rückhalt?
Dies hat erneut mit der Heterogenität des Kantons zu tun. Traditionell haben alle Regionen und Leistungsträger für sich alleine geschaut und gekämpft. Im Kanton sehen nicht alle das Wertschöpfungspotenzial des Tourismus.

Wie gross ist es?
Der jährliche Umsatz des Tourismus beläuft sich auf eine geschätzte halbe Milliarde Franken. Unsere Stärke als Wirtschaftsstandort liegt in der Nähe zu Zentren wie Zürich, Zug und Luzern und in attraktiven Steuern. Entsprechend dominieren im inneren und im äusseren Kantonsteil wertschöpfungsintensive Branchen wie die Finanz-, die Pharma- oder die IT-Branche. Der Tourismus ist für all jene Gegenden wichtig, in denen diese Branchen nicht präsent sind. Diese Unterschiede machen es schwer, für den Tourismus im ganzen Kanton



«Wir rücken als Firmen- und Tourismusstandort extrem nah an Mailand heran.»

Urs Durrer
Vorsteher Amt für Wirtschaft, SZ

politische Unterstützung zu finden. Hierbei unterscheiden wir uns sicherlich von Kantonen wie Graubünden oder Wallis.

Ist der Tourismus demnach die Branche für die armen Leute im Kanton?

Nein, er ermöglicht in Gegenden ohne wertschöpfungsintensive Branchen eine zusätzliche Wertschöpfung und ist direkt für etwa 6 Prozent, indirekt vermutlich für rund 12 Prozent aller Arbeitsplätze im Kanton verantwortlich.

Hat die kantonale Tourismusförderung auch zum Ziel, den Namen Schwyz in die Welt hinauszutragen?

Im deutschsprachigen Raum ist der Name zentral. Ich merke dies auch in Gesprächen mit Firmen. «Schwyz» wird mit kulturellen Werten, mit positiven Attributen der Schweiz in Verbindung gebracht. Insofern hat der Begriff sicherlich noch grosses Potenzial. Dies gilt allerdings nicht für andere Sprachräume, in denen Schwyz und Schweiz ganz anders ausgesprochen werden.

Im Vergleich zur Rigi, zum Stos oder zu Einsiedeln ist Schwyz aber, wenn überhaupt, eine schwache touristische Marke. Wird der Name nicht aus politischen Motiven heraus benutzt und beworben?



Der Schwyzer als guter Gastgeber: ein Ziel der kantonalen Tourismusstrategie. Christian Perret/Luzern Tourismus

Für mich birgt der Name grosse touristische Chancen. Der neue einheitliche Internetauftritt von Schwyz Tourismus zum Beispiel bringt den Destinationen und Leistungsträgern erheblich mehr Traffic. Wir müssen das Eingangstor für unsere Gäste und Leistungsträger sein.

Aber sind eben nicht die Rigi oder Einsiedeln viel bekanntere Eingangstore?

Ja, das stimmt. Aber heute weilt beispielsweise der Wallfahrer nicht mehr eine Woche im Kloster Einsiedeln, sondern nur noch einen Tag. Er will an den übrigen Tagen mehr erleben. Die Aufgabe von Schwyz Tourismus ist es, ihm die umliegenden Angebote zu vermitteln.

Ist dem Kanton auch daran gelegen, mit sympathischen

Tourismusprodukten dem Image eines aggressiven Tiefsteuer-Standorts eine neue Facette hinzuzufügen?

Ich glaube nicht, dass eine solche Image-Korrektur nötig ist. Und wenn sie nötig wäre, dann wäre der Tourismus das falsche Mittel. Tourismus und Wirtschaft sind unterschiedliche Bereiche mit unterschiedlichen Zielgruppen und Bedürfnissen. Die muss man eigenständig angehen.

Insofern spielt der Tourismus keine Rolle in der kantonalen Wirtschaftsförderung?

Er spielt eine gewichtige Rolle, weil er ausserhalb der wirtschaftlichen Ballungen Wertschöpfung ermöglicht. Im Rahmen der Neuen Regionalpolitik fliessen ausserdem bedeutende Mittel in touristische Projekte, etwa «Enjoy

Schwyz». Schliesslich ist eine intakte Landschaft ein wichtiger Softfaktor bei Firmenansiedlungen. Wenn der CEO gerne in die Berge geht, Golf spielt oder Ski fährt, haben wir ihm einiges zu bieten. Auch im Hinblick auf die Eröffnung des NEAT-Basistunnels durch den Gotthard im Jahr 2017 ist der Tourismus in der Wirtschaftsförderung zu berücksichtigen.

Wieso?

Die Schweizer NEAT-Bahnhöfe werden Altdorf, Arth-Goldau, Zug und Zürich sein. Reisende aus Mailand werden in zwei Stunden im Kanton Schwyz und eine weitere halbe Stunde später auf der Rigi oder in der Mythenregion sein können. Wir rücken also als Firmen- und als Tourismusstandort extrem nah an die viertgrösste Wirtschaftsmetropole Europas heran.

Fortsetzung von
Seite 11

für den Tag kommen, leiden die Hotels. Und weil sich diese mit Investitionen zurückhalten, reisen Gäste, die bei einem geeigneten Angebot übernachtet hätten, abends wieder ab. An dieser Problematik wird sich in absehbarer Zeit wenig ändern; ausser ein Investitionsschub werde von aussen ausgelöst.

Der Staat versucht derweil, mit der 2010 gegründeten Organisation Schwyz Tourismus (SZT) die Kräfte innerhalb des Kantons zu mobilisieren und zu bündeln. Pietro Beritelli von der Universität



«Auf der Rigi fühlen wir uns weniger als Schwyzer denn als Riganer.»

Renate Käppeli
Geschäftsführerin Hotel Rigi-Kulm

St. Gallen sieht erste Erfolge. SZT sei gegenüber dem Tourismusverband, der Vorgängerorganisation, näher an der Basis und finanziell stärker, sagt der Wissenschaftler, der den Kanton bei der Erarbeitung der aktuellen Tourismusstrategie beraten hat.

Auch die Kooperationen mit dem Marketingorganisation Swiss Knife Valley AG in Brunen sowie – für die Bearbeitung der ausländischen Märkte – mit Luzern Tourismus und Zürich Tourismus sieht Beritelli als Erfolg. «Angesichts der relativ geringen Mittel sind solche Kooperationen unabdingbar», sagt er. Das

Budget von SZT beträgt 800 000 Franken.

Geschäftsführerin Monica Müller sieht es als eine ihrer Hauptaufgaben an, in einem Kanton, in dem individualistisches Unternehmertum nicht nur verbreitet, sondern auch geachtet ist, die Zusammenarbeit der Destinationen und Leistungsträger zu fördern. Als Beispiel führt sie das Programm «Enjoy Schwyz» an. Unter dem Dach von SZT werden zurzeit verschiedene Angebote in den Erlebnisräumen See (Morschach, Gersau, Küsnacht), Berg und Tal (Rigi, Stos, Muotathal, Mythen) sowie Kultur (Einsiedeln und Schwyz) gebündelt.

Könnte sich aber das verstärkte Engagement des Kantons nicht als zweischneidig erweisen? Die traditionell bescheidene Tourismuspolitik stellt zugleich eine Stärke dar: Auf sich alleine gestellt, orientierten sich Destinationen und Leistungsträger wohl stärker

als anderswo am Markt. Politische Grenzen und Identitäten spielten eine geringe Rolle.

Dass sich dies ändern könnte, hält Monica Müller für unwahrscheinlich. Sie anerkennt, dass Rigi oder Einsiedeln stärkere Marken sind als Schwyz. «Schwyz dient im Inland nur als Dachmarke. Die Destinationen treten unter ihrem Namen auf», erklärt sie. Im benachbarten Ausland hingegen sieht sie für den Kantonsnamen durchaus touristisches Potenzial.

Hoch oben auf der Rigi, im Kulm-Hotel, hat sich Gastgeberin Renate Käppeli nie als Schwyzer Hoteliere gefühlt. «Dass wir auf Schwyzer Boden liegen, merken wir nur, wenn wir ab und zu nicht im Prospekt der Luzerner waren», sagt sie mit einem Lächeln. Hier fühle man sich primär als Riganer, kantonale Grenzen seien nebensächlich. – So kommt es eben, dass Schwyz ein Tourismuskanton und trotzdem keiner ist.

Zwei Tourismusorganisationen arbeiten an der Zusammenarbeit

Hänge «Strukturbereinigung» nach gescheiterter Fusion von Schwyz Tourismus und Swiss Knife Valley

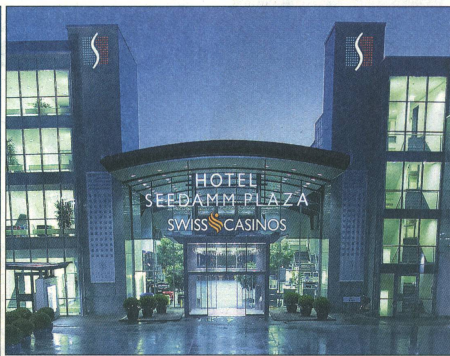
Zwei Organisationen vermarkten das Tourismusangebot des inneren, zum Vierwaldstättersee gelegenen Kantons: die staatlich mitfinanzierte DMO Schwyz Tourismus (SZT) und die Swiss Knife Valley AG (SKV AG). Unternehmer gründeten Letztere 2003, nachdem das Volk zum wiederholten Male eine staatliche Tourismusförderung und -finanzierung verworfen hatte. Die offen gelassene Lücke sollte die eng mit dem Messerhersteller Victorinox verbundene SKV AG ausfüllen.

Seitdem Schwyz Tourismus 2010 gegründet wurde, stellt sich die Frage nach der Aufgabenteilung. Im letzten Jahr zerklüftete sich eine von beiden

Seiten grundsätzlich beifürwortete Fusion, weil sich die Synergien als zu gering erwiesen.

Für SZT-Geschäftsführerin Monica Müller ist die «Strukturbereinigung» aufgeschoben, aber nicht aufgehoben. Dass sich die privatwirtschaftliche Unterstützung des Tourismus auf zwei Organisationen aufteile, sei ineffizient. Das privat finanzierte Budget der SKV AG beträgt laut Geschäftsführer Marcel Murri gut 700 000 Franken, also fast so viel wie jenes von SZT.

Müller und Murri betonen aber die gute Zusammenarbeit. Zum Beispiel gibt es eine gemeinsame Angebotsschüre für «Schwyz – Swiss Knife Valley». Die Kehrseite dieser Nähe ist eine nicht geringe Gefahr der Verwirrung. axg



Die drei Business- und Seminarhotels am Oberen Zürichsee gehören zu den sechs Leadbetrieben im Kanton Schwyz: das «Ramada Feusisberg» (li.), das ebenfalls in Feusisberg gelegene «Panorama Resort & Spa» sowie das «Seedamm Plaza» in Pfäffikon.

Bilder: zvg

Sechs führende Hotels

Im Kanton Schwyz dominiert der Tages-tourismus. Die Hotelbranche ist schwach. Geprägt wird sie von sechs Betrieben, die sehr unterschiedliche Entwicklungen hinter sich haben.

DENISE WEISFLOG

Der Kanton Schwyz ist vom Tagestourismus geprägt. Die jährlich Hunderttausende von Ausflüglern, die das Kloster Einsiedeln, das Hoch-Ybrig-Gebiet, den Stos oder die Rigi besuchen, bringen relativ wenige Übernachtungen. Die Zahl der Logiernächte bestimmen nicht diese Attraktionen, sondern fünf Hotels, die der Kanton in seiner Tourismusstrategie von 2010 als «Leadbetriebe» bezeichnet hat. Sie generieren fast die Hälfte der kantonalen Logiernächte.

Es handelt sich um den Swiss Holiday Park in Morschach, das Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon, das Panorama Resort & Spa in Feusisberg, das Seehotel Waldstätterhof sowie das City Hotel in Brunnen. 2010 wurden die führenden Häuser durch das «Ramada» in Feusisberg verstärkt.

Je nach Destination positionieren sich die Leadbetriebe in ganz unterschiedlichen Segmenten: im Freizeit-, Business- und MICE- oder im Gruppengeschäft.

Stagnation im Swiss Holiday Park in Morschach

Der Leisure-Tourismus des Kantons konzentriert sich mehr oder weniger auf die Gemeinde Morschach. Hier generieren der Swiss Holiday Park und das dazugehörige Reka-Dorf 30 Prozent der kantonsweiten Logiernächte. Der Swiss Holiday Park positioniert sich in den Bereichen Familien, Wellness und Business. 90 Prozent der Gäste stammen aus der Schweiz. Laut Marketingleiterin Monica Marty ermöglichen die unterschiedlichen Standbeine eine kontinuierliche Auslastung.

Im letzten Jahr bewegte sich die Zahl der Übernachtungen ungefähr auf dem Niveau von 2007 (siehe Tabelle). «Bis 2010/11 hatten sich Umsatz und Auslastung positiv entwickelt. Danach mussten wir einen stetigen Rückgang verzeichnen – besonders im Business-Bereich», sagt Marty. Der Swiss Holiday Park stehe in einem starken Wettbewerb, wobei er den Vorteil der Vielseitigkeit und Wetterunabhängigkeit habe.

Martys Prognosen für die Zukunft des Betriebs sind verhalten: «Es wird schwierig bleiben. Besonders die Segmente Business und Wellness sind hart umkämpft. Noch ist kein wesentlicher Aufschwung erkennbar, da sich der Euro noch immer auf einem tiefen Niveau befindet.»

Business und MICE am Oberen Zürichsee

Laut Direktor Peter Ernst sind die Logiernächte in den letzten sechs Jahren konstant geblieben. Wegen der schlechten Wirtschaftslage und Sparmassnahmen der Unternehmen habe sich aber der Veranstaltungsbereich ab

der zweiten Hälfte 2012 rückläufig entwickelt. «Zwar haben wir keine Kunden verloren, doch einige Grossunternehmen haben ihre Ausgaben im Millionenbereich zurückgeschraubt, um bis zu 80 Prozent.»

Zudem hat Ernst mit rechtlichen Hürden zu kämpfen. Ein provisorischer «Eventdome» für Grossveranstaltungen musste nach vier Jahren abgebaut werden; eine permanente Bewilligung ist ausstehend. Dennoch wird der Direktor nicht vom Kerngeschäft MICE abrücken. «Pfäffikon ist trotz seiner wunderschönen Lage und Aussicht nicht gerade als touristische Destination bekannt», sagt Ernst. Den nächsten Jahren blicke er positiv entgegen, auch wenn er sich manchmal wünsche, die Behörden in Schwyz würden stärker realisieren, dass man dem Tourismus viel zu verdanken habe.

Ebenfalls im MICE-Bereich positioniert sich das «Panorama Resort Feusisberg». Der Wellnessbereich generiert als zweites wichtiges Standbein rund 40 Prozent des Umsatzes. Auch dieses Haus musste seit 2007 Umsatzrückgänge verzeichnen. «Die Jahre 2007 und 2008 waren die besten in der über 100-jährigen Geschichte des Hotels. Seither ist der Umsatz um 10 bis 15 Prozent geringer, was aber aufgrund der äusseren Rahmenbedingungen immer noch beachtlich ist», sagt Marketingleiter Patrik Rüegg. Er glaubt trotz starkem Preisdruck an eine positive Entwicklung.

Als Business-, MICE- und Wellness-Hotel öffnete 2010 das «Ramada Feusisberg» seine Tore. Die über 15 000 Logiernächte des letzten Jahres führt Direktorin Nicoletta Müller unter anderem auf das gute Preis-Leistungs-Verhältnis der Wellness-Angebote zurück. «Dieser Bereich ist im Aufschwung. Mit unseren günstigen Packages sprechen wir Leute an,

die nicht 1000 Franken für ein Wellness-Wochenende bezahlen wollen», sagt sie.

Sowohl Nicoletta Müller als auch Patrik Rüegg vom «Panorama Resort» und Peter Ernst vom «Seedamm Plaza» betonen, dass

die Zusammenarbeit unter den Hotels hervorragend sei. Interkantonale Partnerschaften scheinen für die Häuser eine kleinere Rolle zu spielen. Patrik Rüegg erklärt: «Schwyz Tourismus macht eine gute Arbeit. Die unterschiedlichen Angebote des Kantons sind schwierig zu koordinieren. Ein wichtiges Einzugsgebiet, der Grossraum Zürich, liegt derart nahe, dass meist nur Tagestourismus generiert wird.»

Asiatische Gruppen in Brunnen am Vierwaldstättersee

Im Gegensatz zu den Business-Häusern am Oberen Zürichsee konnte das «City Hotel Brunnen» seine Logiernächte seit 2007 um 36 Prozent steigern. Gemäss Direktor und Mitinhaber Bruno Fanchini hat diese Entwicklung direkt mit dem Inkrafttreten des europäischen Schengen-Abkommens zu tun. «Seit die Visakosten wegfallen, verzeichnen wir im asiatischen Gruppengeschäft Zuwachsraten im zweistelligen Prozentbereich», sagt er.

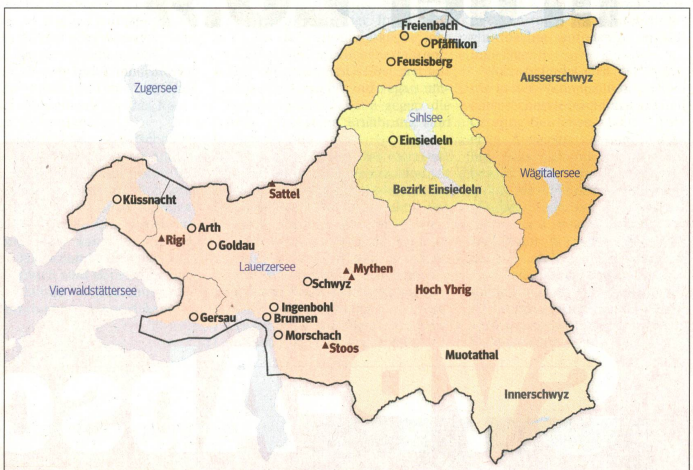
Fanchini setzt im Sommer auf Individualgäste, zwischen November und März auf Reisegruppen aus China, Taiwan, Indonesien, Korea, Indien und Russland. Diese würden sich positiv auf den Umsatz, nicht aber unbedingt auf den Ertrag auswirken, da Gruppen die Preise drücken. Zudem sei auch dieses Geschäft volatil: «In China war es Tradition, Geschäftspartner mit einer Reise zu beschenken. Nun hat die Regierung der Korruption den Kampf angesagt, was sich wohl auch auf die Gruppenreisen nach Europa auswirken wird», sagt der Direktor. Generell profitiere man, wenn es der Stadt Luzern gut gehe. «Wenn dort die Betten voll sind, kommen die Gäste nach Brunnen», sagt Fanchini.

Anhand der Schwyzer Leadbetriebe wird deutlich, dass es im politisch, wirtschaftlich und landschaftlich heterogenen Kanton auch in der Hotellerie keine Einheit gibt. Es sind segmenttypische Entwicklungen, die die Übernachtungszahlen in den wichtigsten Destinationen in unterschiedliche Richtungen treiben.



«Die Kooperation mit den anderen Hotels am Oberen Zürichsee ist hervorragend.»

Nicoletta Müller
Direktorin, «Ramada Feusisberg»



Der Kanton Schwyz gliedert sich in drei unterschiedliche Regionen.

Grafik: htr

Konträre Entwicklungen

Betrieb	Logiernächte 2007	Logiernächte 2013	Veränderung in Prozent
Swiss Holiday Park, Morschach	150 000	152 000	+1,3
Hotel Seedamm Plaza, Pfäffikon	37 000	37 000	0
Panorama Resort & Spa, Feusisberg	30 000	25 000	-17,7
Hotel Ramada, Feusisberg (2010 eröffnet)	–	15 200	–
Seehotel Waldstätterhof, Brunnen	28 000	k. A.	–
City Hotel, Brunnen	20 000	27 200	+36,0

Quelle: Angaben der Betriebe

ANZEIGE

EuroTime immer einen Schritt voraus

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zeiterfassung

www.swit-ag.ch

SWIT



Guglielmo L. Brentel
Präsident hotelleriesuisse

**«Die Schweizer Hotellerie
lebt von unkomplizierten
Rekrutierungsmöglichkeiten
in der EU.»»**

**am 9. Februar
NEIN!**

**SVP-Abschottungs-
initiative**

www.bilaterale.ch

Komitee «NEIN zur SVP-Abschottungsinitiative» Postfach 381, 7001 Chur

Soja anstatt Carne

Veganer Lifestyle liegt im Trend. In Deutschland stellen sich allmählich auch die Grossküchen darauf ein, vor allem in urbanen Zentren und an den Hochschulen.

ULRIKE SCHATTENMANN

Um 12 Uhr mittags wird es richtig voll in der Mensa der Freien Universität im Süden Berlins. Hungerige Studenten laden sich Schüsseln mit marinierten Champignons, gewürzten Okraschoten, Mandelpudding oder Blaubeerquark auf die Tablets. Die Auswahl ist gross – auch wenn man Steak und Schnitzel vergeblich sucht. Denn in «Veggie No 1», der ersten vollvegetarischen Mensa Deutschlands, werden die Spaghetti Bolognese mit Getreide zubereitet und das Chili con Soja anstatt Carne. Seit vier Jahren wird hier komplett fleischlos gekocht.

Und mehr noch: Viele Speisen sind vegan, an manchen Tagen zwei von vier Hauptgerichten. Die Küche kommt gut an, trotz anfänglicher Proteste einiger überzeugter Carnivoren, die sich bevormundet fühlen, aber inzwischen in andere Mensen ausweichen. Zwar sei der Wareneinsatz nicht wesentlich geringer als bei fleischhaltiger Küche, sagt Hans-Joachim Gabriel vom Studentenwerk Berlin: «Frisches Saison Gemüse, zumal in Bioqualität, kostet oft mehr als Billighähnchen aus der Massenindustrie.» Aber dank der gestiegenen Auslastung hat sich die Umstellung auch wirtschaftlich gelohnt. Zu Beginn, also vor vier Jahren, gingen bei Veggie No 1 täglich 400 Essen über den Tresen. Heute sind es 1200.

Was sich in Berlin abspielt, ist nur der Vorgeschmack einer Entwicklung, die längst auch andere urbane Zentren in Deutschland erfasst hat: Fleischlos ist der neue Trend, und dabei spielt die vegane Komponente eine immer grössere Rolle. Das kommt allmählich auch in der Gemeinschaftsverpflegung an. Die Hochschulgastronomie ist Vorreiter – bereits die Hälfte aller Studentenwerke in der Republik bieten ein- bis zweimal die Woche vegane Gerichte an, Städte wie Berlin und Dresden sogar täglich.

Auch die Deutsche Bahn fährt auf veganisch ab

Aber auch im Rest der Branche tut sich was. So hat die Deutsche Bahn die Zielgruppe der Veganer für sich entdeckt und wird ab

«Viele Köche wissen nicht, wie sie Seitan oder Tofu zubereiten sollen.»

Andreas Schneider
Vegetarier-Bund Deutschland

März dieses Jahres in allen Bordrestaurants ein rein pflanzliches Gericht, voraussichtlich eine Pasta-Variante, servieren. Und auch die Betriebsrestaurants, die traditionell eine eher fleischlastige Küche fahren, erwärmen sich zunehmend für das Thema, beobachtet Andreas Schneider vom Vegetarier-Bund Deutschland (VEBU).

Schneider leitet das Projekt «GV-nachhaltig», das der VEBU vor drei Jahren ins Leben gerufen hat und Gemeinschaftsgastronomie unterstützen soll, mehr vegetarisches Essen auf die Speisekarte zu bringen. Das Angebot reicht von Workshops über Produkt- und Lieferantenberatung bis hin zu In-House-Schulungen in Grossküchen. «Wir erhalten ständig Anrufe, die Nachfrage nach Information ist gross», sagt Schneider.

«Viele Köche wissen schlichtweg nicht, wie sie Produkte wie Seitan, Tempeh oder Tofu zubereiten sollen», sagt Ingo Jäger, einer der Schulungsköche des VEBU mit Grossküchen Erfahrung. Der Vegetarier ist selbst erst seit Kurzem komplett auf vegan umgestiegen. Vorbehalte gegen die rein pflanzliche Ernährung sind ihm vertraut.

«Noch existiert das Vorurteil, vegane Küche sei genussfeindlich und «schränke ein. Dabei ist sie vielseitiger, als man denkt», sagt Jäger. Gerade aus texturiertem Soja könne man tolle Gerichte zaubern, weil es sich im Mund wie Fleisch abfühlt, schwärmt der gelernte Koch. Es ist auch im Hinblick auf Standzeiten und Hygienesicherheit gut für die Gemeinschaftsgastronomie geeignet.

Jäger rät Betriebsleitern, die verstärkt vegetarisch-vegane Küche in Kantinen etablieren wollen, bei Misserfolgen nicht gleich das Handtuch zu schmeissen. «Ohne Werbung geht Veggie-Küche nicht», weiss er aus eigener Erfahrung. Der 41-Jährige arbeitet als Betriebsleiter für eines der Schwergewichte im Catering: Dussmann Service Deutschland. Der Multidienstleister hat jetzt als Erster der Branche eine vegane Linie etabliert. Vorausgegangen waren Aktionstage im letzten Herbst, bei der Kantinengäste vegane Produkte und Gerichte kennenlernen konnten. Sie fanden «grossen Zuspruch», so Pressesprecherin Michaela Mehls. In einem Betrieb entschieden sich 85 Prozent der Tischgäste für das vegane Essen – obgleich auch ein Fleischgericht sowie ein vegetarisches Menü zur Auswahl standen. Natürlich sei nicht bei jedem Kunden das Interesse an rein pflanzlicher Kost gleich stark ausgeprägt. In Grossstädten, in Dienstleistungsbetrieben, ganz allgemein dort, wo viele Frauen arbeiten, werden vegane Gerichte stärker nachgefragt als in Industriebetrieben und im Produktionsbereich.

Teilweise fehlt es noch an kantinenüblichen Gebäuden

Sollten nach dem Pionier Dussmann auch noch andere Caterer mit veganen Angeboten nachziehen, könnte sich vielleicht auch bald die Lücke am Markt schliessen, die Grossküchen das Zubereiten rein pflanzlicher Menüs erschwert: Das Angebot an Convenience-Produkten ist überschaubar, zudem fehlt es an kantinenüblichen Grossgebäuden. So sind Nüsse, Kerne und Samen, als Geschmacksträger unverzichtbarer Bestandteil in der veganen Küche, meist nur in Verpackungen für den Endverbraucher auf dem Markt, ebenso Sojajoghurt. Um etwa 20 Kilo Sauce für einen veganen Döner herzustellen, mussten seine Mitarbeiter 40 Joghurtbecher aufreissen, erzählt Ingo Jäger.

Noch befindet sich die Industrie in der Warteposition, weil die entsprechende Nachfrage aus den Catering-Betrieben fehlt. Aber erste Anzeichen deuten darauf hin, dass sich auch hier etwas bewegt: So hat die Frischdienstunion, als einer der ersten Grosshändler, unlängst ihr vegetarisches und veganes Angebot erweitert und in einem eigenen Folder gebündelt – eine Reaktion auf die erhöhten Absatzraten. Die Resonanz auf diese Massnahme? «Die Artikel gehen gut, der Bedarf wird weiter wachsen», ist sich der Verkaufsleiter sicher.

Veganer Lifestyle in Deutschland

Laut dem Vegetarier-Bund Deutschland (VEBU) leben in Deutschland rund 7 Millionen Vegetarier, das entspricht 8 bis 9 Prozent der Bevölkerung. Zum Vergleich: In der Schweiz sind es 5 Prozent.

Etwa 800 000 Menschen leben vegan, verzichten also nicht nur auf Fleisch und Fisch, sondern auch auf alle anderen tierischen Produkte wie Milch, Fleisch, Käse, Eier und Honig, im extremen Fall auch auf Leder, Daunen und Wolle. Bereits die Hälfte aller Deutschen bezeichnen sich heute als Teilzeitvegetarier oder Flexitarier, darunter knapp zwei Drittel (65%) aller Frauen und 38 Prozent der Männer. Viele Menschen entscheiden sich aus Tier-

liebe für den veganen Lebensstil, aber es gibt auch religiöse und gesundheitliche Gründe. Wer auf Fleisch verzichtet, schont zudem Umwelt und Klima: Studien zufolge geht rund ein Fünftel des Treibhauseffekts auf das Konto der Nutztierhaltung.

Vegetarische und fleischreduzierte Küche wird in der Ausbildung für Köche zu wenig berücksichtigt. Das soll sich jetzt ändern: Verschiedene Organisationen, Hotel- und Gastronomieschulen aus Deutschland, den Niederlanden, Belgien und Österreich sind dabei, eine entsprechende gastronomische Weiterbildung zu entwickeln.

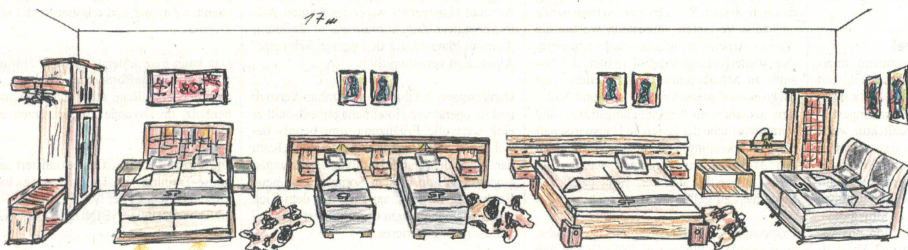
www.vegucation.eu



An deutschen Hochschulen sehr beliebt: ein veganer Döner des Caterers Dussmann Service.

Martin Fodda

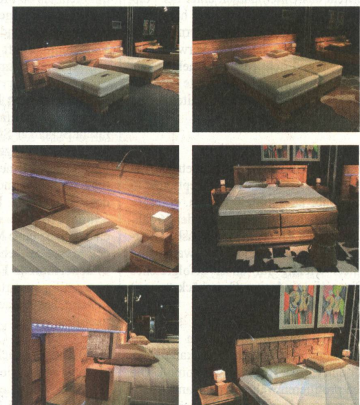
Objektmöblierungen, Innenausbauten und Spezialanfertigungen



SP
creation

Sprenger Möbel AG
Comercialstrasse 23
CH-7000 Chur

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



ANZEIGE

Die Expertin weiss Rat

Ein Hotel ist keine Apotheke



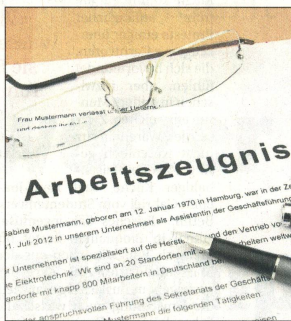
ANNETTE RUPP
ist Projektleiterin Rechtsdienst
bei hotelieriesuisse.
Sie beantwortet an dieser
Stelle alle zwei Wochen
Ihre Fragen.

Medikamente für kleine Zwischenfälle
Frage: Falls sich ein Gast unwohl fühlt, haben wir an der Rezeption unseres Hotels diverse Medikamente, welche wir ihm abgeben können. Natürlich erfolgt die Abgabe nur bei relativ harmlosen Beschwerden, wie Kopfschmerz oder Gelenkschmerzen nach dem Skifahren. So ersparen wir dem Gast den Weg zum Apotheker oder Arzt. Können wir gängige Medikamente bedenkenlos abgeben?

Antwort: Gemäss Heilmittelgesetz dürfen Medikamente nur von entsprechend ausgebildeten Personen abgegeben werden. Das Personal im Gastgewerbe fällt nicht darunter. Da die Mitarbeitenden im Gastgewerbe keine entsprechende Ausbildung haben und die möglichen Wirkungen nicht rezeptpflichtiger Medikamente und vor allem dem Gesundheitszustand des Gastes nicht kennen, ist von einer Abgabe dringend abzuraten. Bei Komplikationen infolge falscher Medikamenteneinnahme kann der Betrieb sogar haftbar gemacht werden. Sie können den erkrankten Gästen einen guten Dienst erweisen, indem Sie Adresse oder Telefonnummer der nächstgelegenen Apotheke oder des Arztes bereithalten. Ideal wäre natürlich auch ein Hotelarzt, an welchen sich Gäste direkt wenden können.

Wie bestimme ich den richtigen Lohn?
Frage: Eine 17-jährige Stellenbewerberin, welche zurzeit eine Hotelfachschule in Österreich besucht, möchte ein sechsmonatiges Praktikum in unserem Betrieb machen. Wie hoch ist ihr Lohn? Der L-GAV sieht ja einen Praktikantenlohn vor, mehr kann ich sowieso nicht zahlen.

Antwort: Der Praktikantenlohn von 2172 Franken (Art. 11 L-GAV) gilt nur für Praktikanten von in der Schweiz domizilierten gastgewerblichen Fachschulen, die ein Praktikum absolvieren, das Bestandteil des Lehrganges bildet. Für ausländische Hotelfachschulen ist dieser Lohn somit nicht anwendbar. Da die Bewerberin das 18. Altersjahr noch nicht vollendet hat, gilt das Lohnsystem des L-GAV nicht. Dies heisst, dass die beiden Vertragsparteien selber einen Lohn vereinbaren können, welcher unabhängig vom Lohnsystem Gültigkeit hat und welcher somit auch unter den Mindestlöhnen liegen kann. Nach Vollendung des 18. Altersjahres beträgt der Mindestlohn 3407 Franken. Während einer Einführungszeit von maximal 6 Monaten kann eine Lohnreduktion von 8% gemacht werden.



Arbeitnehmende haben stets Anrecht auf ein Arbeitszeugnis.
Bilder: Fotolia

Arbeitsbestätigung statt Arbeitszeugnis
Frage: Ein Mitarbeitender hat seinen Arbeitsvertrag nach drei Wochen aufgelöst und verlangt nun ein Arbeitszeugnis. Ich kann kein Arbeitszeugnis ausstellen, da ich den Mitarbeiter in dieser kurzen Zeit nicht beurteilen kann. Deshalb stelle ich ihm nur eine Arbeitsbestätigung aus. Der Mitarbeiter ist damit nicht einverstanden.

Antwort: Gemäss OR Art. 330a hat der Mitarbeitende Anrecht auf ein Vollzeugnis. Das Zeugnis muss sich über die Art und Dauer des Arbeitsverhältnisses sowie über seine Funktion, die Leistungen und sein Verhalten aussprechen, unabhängig davon, wie lange das Arbeitsverhältnis gedauert hat. Der Anspruch auf ein Vollzeugnis beginnt somit ab dem ersten Arbeitstag. Eine Arbeitsbestätigung darf nur dann ausgestellt werden, wenn der Mitarbeitende dies ausdrücklich verlangt. Eine Arbeitsbestätigung gibt lediglich Auskunft über die Art und Dauer des Arbeitsverhältnisses. Das Zeugnis ist am letzten Arbeitstag auszuhändigen.

Ist eine Arbeitszeiterfassung zwingend notwendig?

Frage: Unser Küchenchef fordert nach seinem Austritt 400 Überstunden. Ich habe aber keine Arbeitszeiterfassung geführt, da er als Küchenchef ja als Kadermitarbeiter für die Arbeitseinteilung selber verantwortlich war.

Antwort: Gemäss Arbeitsgesetz und L-GAV Art. 21 muss der Arbeitgeber für alle Mitarbeitenden eine Arbeitszeiterfassung und -kontrolle führen und von den Mitarbeitenden visieren lassen. Er kann die Erfassung der Arbeitszeit dem Mitarbeiter übertragen, die



Die Arbeitszeit aller Mitarbeitenden sollte regelmässig kontrolliert werden.

Kontrolle ist mindestens einmal pro Monat vom Arbeitgeber zu unterzeichnen. Führt der Arbeitgeber keine Arbeitszeitkontrolle, so wird gemäss L-GAV Art. 21 Abs. 3 eine Kontrolle des Mitarbeiters im Streitfall als Beweismittel zugelassen. Dies kann für den Arbeitgeber teuer werden, da er ohne Kontrolle nur schwer beweisen kann, dass die Forderung nicht gerechtfertigt ist. Eine Überstundenkontrolle ist übrigens auch dann zu führen, wenn die Überstundenauszahlung gemäss L-GAV Art. 15, Abs. 6 für Kadermitarbeiter weggedungen wurde.

Haben Sie Fragen an Annette Rupp?

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

E-Mail: rechtsberatung@hotelieriesuisse.ch

MARKTNOTIZEN

Romer's Hausbäckerei feiert 40. Geburtstag

Nach 40 Jahren Präsenz auf dem Schweizer Markt startet Romer's Hausbäckerei mit einem frischen Erscheinungsbild in die Zukunft.



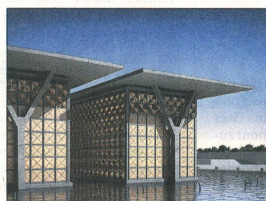
Als Werner Romer im Jahr 1974 gemeinsam mit seiner Frau Myrtha die Romer's Hausbäckerei gründete und gerade mal einen Mitarbeiter beschäftigte, hätte er wohl nicht zu ahnen gewagt, welche Bedeutung das Unternehmen einst erlangen würde. Der kühne Visionär spezialisierte sich bereits drei Jahre später auf Tiefkühlbackwaren und zählte somit zu den Pionieren seines Berufsstandes bei Convenience-Backwaren. Heute steht das Unternehmen unter der Führung seines Sohnes. Im Jahr 2007 hat Remo Romer die operative Leitung übernommen. Werner Romer ist nach wie vor Verwaltungsratspräsident und steht dem Unternehmen als Berater zur Verfügung. Mittlerweile beschäftigt die Grossbäckerei 330 Mitarbeitende und beliefert fast 8000 Kunden.

Backkunst mit Tradition

Seit der Gründung des Familienbetriebs hat sich viel verändert, unzählige Rezepte sind in der Backstube ausgetüftelt worden. «Einiges jedoch ist gleich geblieben», sagt der 36-jährige CEO Remo Romer. «Traditionsbewusstsein, Swissness und Innovation waren und sind stets wichtig für unser erfolgreiches Schaffen. Wir sind eine Grossbäckerei mit Hausbäckereiqualität.»

Zum 40. Geburtstag präsentiert sich das Unternehmen mit einem frischen Erscheinungsbild und einer neuen Imagekampagne, die mit einer Prise Humor daherkommt. Die Kunden profitieren während des ganzen Jahres von grosszügigen Rabattaktionen.

www.romers.ch



Neue Möglichkeiten der Fassadengestaltung mit dem «Square Modul» von Schenker Storen.

Innovativer Sonnenschutz

Schenker Storen AG, die Schweizer Nummer eins im Sonnen- und Wetterschutzmarkt, bekannt sich zum Werkplatz Schweiz und startet mit zahlreichen Innovationen ins neue Jahr.

An der Swissbau dokumentiert das Unternehmen Schenker Storen auf über 500 m² mit mehr als 60 Produkten sowie zahlreichen Innovationen seine Kompetenz als Vollsortimentsanbieter und untermauert damit seine Marktführerschaft im Schweizer Sonnen- und Wetterschutzmarkt.

Innovationen hoch zwei

Neben dem umfassenden Sortiment überrascht Schenker Storen auch dieses Jahr mit innovativen Konzepten: Der Fassadenschutz kombiniert mit Elementen der Fassadengestaltung ist in der modernen Architektur mehr denn je gefragt. Hier bietet das neuartige «Square Modul» mit seiner raffinierten Mechanik ganz neue Möglichkeiten. Ebenso auf der Messe zu sehen sind die Innovationen «Fächerlamelle FL 200» und «Sunshade», eine völlig neuartige Kombination aus variablem Schutzdach, Markise und Vertikalpaneelen.

Imposant ist auch die Neuheit im Markisenbereich, die «Grossflächenmarkise GFM 3». Sie bietet bei einer maximalen Ausladung von 5,5 m und einer maximalen Breite von 20 m bis zu 110 m² Schutz vor Sonne und Wetter. Dank der Stützenverriegelung

bewährt sich die Grossflächenmarkise auch bei windigen Verhältnissen.

Bekenntnis zum Werkplatz Schweiz mit nachhaltigen Investitionen

Werner Held, CEO der Schenker Storen AG, untermauert anlässlich der Pressekonferenz an der Swissbau sein Bekenntnis zum Werkplatz Schweiz. Die umfangreichen Investitionen in die Hauptstandorte Schönenwerd wirken nachhaltig und werden in den nächsten Jahren zu einer markanten Senkung des CO₂-Ausstosses führen.

www.storen.ch

Weiterbildungsangebote für Wäschepflege-Fachleute



Schulthess Maschinen AG, der führende Schweizer Anbieter für Wäschereilösungen, führt regelmässig spannende und lehrreiche Seminare, Veranstaltungen, eine jährliche Fachtagung sowie eine Hauswarttagung durch. In diesem Rahmen werden bestehende und neue Verfahren vorgestellt, welche die tägliche Arbeit vereinfachen und verbessern. Das Weiterbildungsangebot richtet sich sowohl an Mitarbeitende von Hotellerie und Gastronomie sowie von Heimen und Spitälern als auch an Entscheidungsträger und Verantwortliche der Bereiche Hauswirtschaft und Housekeeping. Die genauen Termine zu den Weiterbildungsangeboten werden jeweils frühzeitig auf der Homepage von Schulthess aufgeführt.

Ursprünglich als Bauspengerei gegründet, entwickelt Schulthess seit 1845 Geräte, um Menschen in der Schweiz und auf der ganzen Welt die tägliche Wäschepflege zu erleichtern, beschäftigt heute rund 400 Mitarbeitende und gilt als führender Schweizer Anbieter von Wäschereilösungen für den professionellen Bereich.

www.schulthess.ch

Neuzugang & Erweiterung des Angebots bei SHS

Am 1. November 2013 eröffnete Nils Kuypers das neue Büro von Swiss Hospitality Solutions (SHS) in Bern. Sein Augenmerk richtet sich in erster Linie auf die Alpenregion der Schweiz wie auch auf die Romandie.



Nils Kuypers, Revenue & Destination Consultant von SHS.

Bevor er die neue Herausforderung bei SHS annahm, durchlief er mehrere Positionen im operativen Hotelbetrieb wie auch im Online-Hotelvertrieb. Nach Abschluss der Hotelfachschule in Lausanne im Jahre 2008 zog es ihn in die Abgeschiedenheit Kanadas, wo er für Fairmont Hotels & Resorts in verschiedenen Positionen tätig war. Nach dieser Erfahrung heuerte er bei Booking.com Schweiz als Account Manager an, wo er den Kanton Wallis verwaltete. Zum Schluss war er als Senior Account Manager für den ganzen Schweizer Alpenraum verantwortlich.

Dank seiner Erfahrung im Online-Vertrieb und im operativen Hotelmanagement stellt er eine wertvolle Ergänzung zum bereits bestehenden SHS Revenue Management Team dar. Nach den ersten positiven Erfahrungen lanciert SHS ab diesem Sommer eine neue Begleitung für Destinationen mit dem Ziel, mehr Übernachtungen über die Destinationsplattform zu generieren.

Als Revenue & Destination Consultant wird sich Nils Kuypers daher nicht nur auf die Revenue-Management-Optimierung von einzelnen Hotels konzentrieren, sondern auch auf den Online-Vertrieb von Destinationen fokussieren.

www.swisshospitalitysolutions.ch



Südfrenchsches Lavendelkissen von bettschmuck.de.

Neues Luxus-Konzept verwöhnt Gäste

Schon vor 25 Millionen Jahren in der römischen Kaiserzeit wurden die Gäste des Kaisers Nero zum berauschenden Fest «sub rosa» im goldenen Palast in Rom mit ganz wunderbaren Rosendüften betört, denn es rieselte Rosenblüten und Rosenöl von der Decke und die Gäste badeten in Rosenwasser.

Ob früher oder heute, der Gast sehnt sich im Hotel nach Aussergewöhnlichem und Schönerem. Im Hotel will der Gast mit allen Sinnen geniessen. Für den Gast haben ein wohlriechendes Zimmer und erholt Schlaf oberste Priorität.

Das kann man unterstützen mit Düften der Natur mit schlaffördernder Wirkung durch natürlich enthaltene ätherische Öle im Zirbelholz, im Lavendel, in Gewürzen und in Duftrosen.

Die Firma TRABECO, spezialisiert auf Inhouse-Trainings im Housekeeping, hat aus diesem Geschenk der Natur ein VERWÖHN- UND KUNDENBINDUNGSKONZEPT kreiert.

Gäste können sich künftig auf Wunsch für die Dauer ihres Aufenthaltes ihr duftiges Schlafkissen bestellen. Es wird daraus ein Verwöhnservice Ihres Hauses und Ihre Gäste kommen gerne wieder.

www.bettschmuck.de

Sein Restaurant Joia in Mailand ist das einzige vegetarische Sterne-Lokal in Europa. Heuer feiert Pietro Leemann das 25-Jahr-Jubiläum und reiste dafür auch in die Schweiz.

SABRINA GLANZMANN

Pietro Leemann, Sie waren jüngst Gastkoch im Badrutt's Palace Hotel in St. Moritz. Was haben Sie präsentiert?
Verschiedene Appetizer, Suppen, Hauptgänge und Desserts – ich konnte viel aus meiner vegetarischen Küche zeigen, zum Beispiel die «Appunti di Viaggio», auf Deutsch die «Reisenotizen».

...also Notizen in essbarer Form?

«Appunti di Viaggio» ist die Idee, die hinter diesem Appetizer steckt. Jedes meiner Gerichte hat einen philosophischen Titel, denn der Gast soll etwas anhand der Idee für sich auswählen und nicht zwingend wegen dem, was im Gericht enthalten ist. Unsere «Reisenotizen» sind ein Parmesanmousse, kombiniert mit Aromen aus Passionsfrucht oder Birne im Balsamico-Essig. Der Gast macht eine Geschmacksreise, bis er am Schluss beim reinen Balsamico-Geschmack landet. Und der Löffel, auf dem das Mousse serviert wird, steht für den Kugelschreiber, mit dem man sich bei Reisen unterwegs Notizen macht. Solche Konzepte interessieren mich.

Eines Ihrer Desserts hat den Namen «Gong». Welche Idee steckt da dahinter?

Die Idee der Kombination von Klang und Geschmack. Das Gericht besteht aus einem sehr leichten Milchmousse mit



Vegetarische Michelin-Küche im «Badrutt's Palace»: Pietro Leemann (L.) zeigt Küchenchef Mauro Taufer seine Kreationen.

Bilder zvg

«Tiere zu kochen ist keine Option»

Kastanien, einem Sablé aus Reis, und alles wird in einer Art Topf angerichtet. Beim Servieren schlagen wir am Tisch auf einen Gong, und der Klang soll in die Person hinein gehen, der Gast soll diesen Gong spüren beim Essen.

In der Schweiz arbeitet Stefan Wiesner mit asiatischen

Klangschalen zur Intensivierung von Geschmackserlebnissen ...

Genau, ich verfolge Stefan Wiesner's Arbeit seit Längerem und habe alle seine Bücher gelesen. Es ist hochspannend, was er macht, und wie naturnah er das umsetzt, mit Erde, Wurzeln, Wildkräutern. Das kommt meiner eigenen

Philosophie sehr nahe. Ich möchte gerne einmal bei ihm essen gehen, ich war noch nie dort.

Ist der Gast heute schon bereit für solche Klalexperimente?

Meine Gäste zum Beispiel erwarten von mir das Spezielle, das Besondere. Für mich ist es einfach die logische Konsequenz, wenn man den Menschen als ganzheitlich ansieht, also auch, was seine Ernährung angeht. Für manche ist diese Form der Einbindung aller Sinne etwas seltsam auf den ersten Blick, aber gerade die Spitzengastronomie wird sich künftig noch mehr damit beschäftigen müssen, davon bin ich überzeugt.

Philosophie sehr nahe. Ich möchte gerne einmal bei ihm essen gehen, ich war noch nie dort.

Wie reagierten Ihre Kollegen?
Viele holten und holen immer noch Rat bei mir – ich komme aus der klassischen Gourmet-

küche, habe zum Beispiel mit Frédy Girardet gearbeitet, und deshalb glaubt man an meine Professionalität (lacht). Und viele Spitzenköche glauben inzwischen an die

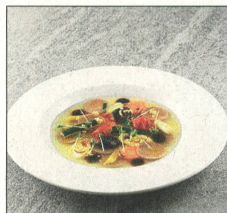
«Die Spitzen-gastronomie wird sich mehr mit der Einbindung aller Sinne befassen.»

Pietro Leemann
Restaurant Joia, Mailand

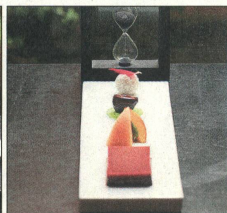
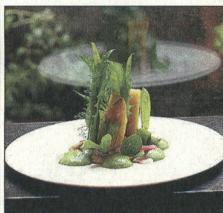
breitere Zukunft einer vegetarischen, biologischen Küche.

Sie glauben seit 25 Jahren daran – wo sehen Sie persönlich die Zukunft?

In der veganen Küche. Das wird immer stärker nachgefragt, und 70 Prozent meiner Gerichte sind heute schon vegan. Natürlich, und das ist gerade bei veganen Gerichten wichtig, muss das vor allem auch gut schmecken und aussehen. Deshalb sind bei allen vegetarischen und veganen Gerichten die Farben und die Anordnung absolut zentral. Hier tüfte ich gerade mit Methoden wie Fermentation, die viel beitragen können.



Ob Suppen, Salat- und Gemüsekreationen oder Desserts: Bei Pietro Leemanns vegetarischer Spitzenküche sind Farben, Anordnung und Präsentation das A und O.



Pietro Leemann Vegetarier und vegetarischer Sternekoch aus Überzeugung und Leidenschaft

Der italienische Spitzenkoch Pietro Leemann gilt als erster und bislang einziger Sternekoch in Europa, der sich konsequent der vegetarischen Küche mit rein biologischen Zutaten verschrieben hat.

Pietro Leemann, gebürtiger Tessiner, lernte sein Handwerk unter anderem bei Frédy Girardet und Gualtiero Marchesi, be-

vor er nach verschiedenen Stationen in Europa und Asien 1989 das Restaurant Joia in Mailand eröffnete. Vor allem Aufenthalte in Indien, China und Japan, in denen er die Zen-Philosophie und Meditation für sich entdeckt hat, haben den Koch für seine Arbeit im «Joia» und seine fleischlosen Kreationen nachhaltig geprägt. 1996 schliesslich wurde das vegetarische Restau-

rant mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet, den es seitdem jährlich gehalten hat.

Pietro Leemann ist als Referent und als Gastkoch sehr gefragt; vor Kurzem hat er im Badrutt's Palace Hotel in St. Moritz bei Küchenchef Mauro Taufer seine vegetarische Haute-Cuisine präsentiert. sag

www.joia.it

News

«Elevation1049»: Schweizer Kunst in Gstaad



Stefan Altenburger

Für die nächsten sechs Wochen wird das verschnittene Gstaad zur Freiluftgalerie für Werke von rund dreissig bekannten Schweizer Künstlern: Darunter zeigen Thomas Hirschhorn, Roman Signer oder Olaf Breuning speziell für die Winterlandschaft konzipierte Arbeiten. «Elevation1049» heisst die Ausstellung, die von der mitunter in Gstaad aufgewachsenen Schweizer Künstlerin Olympia Scarry zusammen mit dem New Yorker Kurator Neville Wakefield auf die Beine gestellt wurde. Sie soll international tätige Schweizer Künstler «heimholen» und ihre Arbeiten in einem heimischen Kontext zeigen.

www.elevation1049.org

Eingabefrist für «Swiss SVG-Trophy» läuft

Per sofort stehen die Anmeldeunterlagen und Wettbewerbsbedingungen für die Teilnahme zur «Swiss SVG-Trophy 2014/15» bereit. In Dreier-Teams und bis 15. November 2014 können sich Köche der Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie bewerben. Eine Jury des Schweizer Kochverbandes wählt die sechs besten Eingaben aus. Das Siegerteam wird für die «Olympiade der Köche» in Erfurt nominiert.

www.svg-trophy.ch

Letzter Umbau abgeschlossen: Hotel Seehof Davos



zvg

Mit dem Neubau des Wellnessbereichs schliesst das 4-Sterne-Superior-Hotel Seehof in Davos den dritten und letzten Teil seiner umfangreichen Renovationsarbeiten ab. Rund 15 Millionen Franken wurden insgesamt in den zwei Jahre dauernden Umbau investiert. Dabei wurden nicht nur der Küchenbereich und die Restauration, sondern auch sämtliche Zimmer und Tagungsräume modernisiert. Das neue Spa «Bella Vita» umfasst eine Fläche von 450 Quadratmetern und wartet mit Fitnessraum, Whirlpool, verschiedenen Saunen, Dampfbad und Erlebnisbädern sowie einem Liegeraum mit Cheminée auf.

www.seehofdavos.ch

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

htr editrice
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 Caldarac/aca

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

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl;

Gudrun Schlenker/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secchi/cbs;

Roland Gerber/rg; Sarah Hinnlsh (Praktikantin); Daniel Stein/dst

Korrektur: Paul le Grand

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt

Redaktorin: Natalie-Pascale Alesch/npa

Praktikum: Arbresha Veljiyav

Koordination: Daniel Stein

Verlag

Leitung: Barbara König

Assistent: Alain Hännli

Stelleninserate: Angela di Renzo Costa

Praktikum: Arbresha Veljiyav

Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller;

Michael Müller

hoteljob.ch: Denise Karam

Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren

Auflage: 10 330 (WEMF/SW-
Beglaubigung 2013)

Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)

Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.-

ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion: Tel. 031 370 42 16

Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Online Redaktion: online@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93

Fax 031 740 97 76; Mail: abo@htr.ch

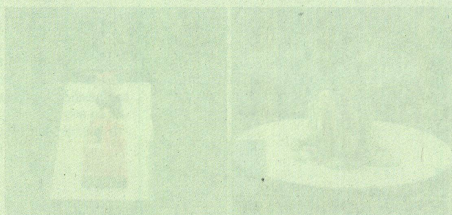
Inserate: Tel. 031 370 42 42

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

Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

dolce vita – wo Genuss Grossgeschrieben wird 10 Wochen lang für CHF 29.00



Geniessen Sie das dolce vita 10 Wochen lang
für CHF 29.00! Oder beziehen Sie die htr hotel revue
gleich im Jahresabonnement für CHF 169.00.
Telefon 031 740 97 93, abo@htr.ch, www.htr.ch

htr hotel revue

Ein goldenes Händchen

Am Bocuse d'Or 2014 wurde Christoph Hunziker gekürt. Der erfolgreiche Thuner Koch wird die Schweiz im Mai in Stockholm vertreten.

ALEXANDRE CALDARA

Nach einem Defilee der grossen Tablets geht's zur Präsentation und zum Tranchieren. Die Teller des vierten Konkurrenten des Bocuse d'Or, Christoph Hunziker, wirken einfach, effizient, schnell für den Service, trotz der vielen über den Teller verstreuten Elemente und einer beeindruckenden Liste von Geschmäckern. Der Duft von Wildfeigen und Alpenblumen umweht das vorgeschriebene Lammfleisch, ein Gigot und eine Schulter. Sein Fischgericht ist von luftiger Ästhetik, und während die anderen Kandidaten beim Fleischgericht ihre Fantasien ungezügelt ausleben, kommt sein Fleischgericht klassisch daher.

Um 17 Uhr, nach 5 Stunden und 40 Minuten, kann der Küchenchef des Thuner «Schärmerhof» seiner Freude freien Lauf lassen. Er hat soeben den Wettbewerb gewonnen und sieht damit der Eröffnung seines eigenen Restaurants im Herbst gelassen



Christoph Hunziker richtete grossartig an.

entgegen. Vorher wird er mit Lucie Hostettler, seiner treuen und eifrigen Commis, am 7. und 8. Mai die Schweiz am Bocuse d'Or in Stockholm vertreten. Mittags sah man sie wie eine Gejagte laufen, als schäme sie sich, ihren Arbeitsplatz kurz zu verlassen. Es braucht Entsagung, um eine Zucchinirolle mit schwarzen Oliven so vorzubereiten, wie sie es tut.

Ein junger Chef – in der Welt der Wettbewerbe schon ein Habitué

Mit 31 Jahren ist Christoph Hunziker ein Wettbewerbs-Veteran und kennt den schnellen Rhythmus und die strengen Anforderungen der Wettbewerbe. 2012 klassierte er sich sowohl am Bocuse d'Or wie auch am Kadi als Zweiter. Während alle anderen zuerst das Fleisch vorbereiteten, begann er den Wettbewerb mit dem Filetieren seiner Regenbogenforelle.

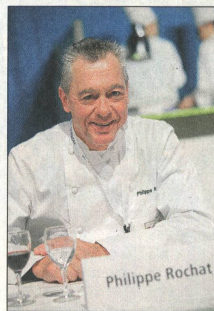
An Elodie Schenks Arbeitsplatz wurde laut gehämmert: Die Cheffe de Partie von der Auberge du Soleil in Bursins kloppte eine scharlachrote Masse flach. Später zeigte sie eine Lammkeule, als Tournedos präsentiert, mit Confit von Lammschulter nach alter Art zu einem Steinpilz-Cone mit Petersilie. Doch zunächst bettet sie eine Forelle auf ein cremiges Pastinakenbett mit Zitrusfrüchtesauce. Ihre Brigade fällt durch stilles Arbeiten auf.

Mit der abstraktesten Präsentation wartet Thierry Boillat auf, Chef de Partie im Restaurant Seven in Ascona. Schon früh kann man seine knusprigen Kartoffelkugeln auf blauen Stängeln neben einer pochieren Forelle bewundern. Jurymitglied Benoît Viollier testet mit der Gabel die Festigkeit einer Kugel, bevor er probiert. Zur Forelle bietet Thierry Boillat einen gewagten Lauch-Papaya-Salat mit Cashewnüssen

an. Seine geschmorte Lammschulter im Panko-Knusper lässt an Asien denken: Sie ist auf schwarzen Kieselsteinen angerichtet, die das Fleisch warmhalten. Der Wettbewerbs-Coach Armin Fuchs legt schon am Morgen seine Arme auf die Theke und beobachtet mit scharfem Blick. Eine Expertenschar in seinem Kielwasser kribbelt Notizen und flüstert Empfehlungen.

Die erste weibliche Brigade am Schweizer Wettbewerb

Die letzte Kandidatin, Laure-Anne Dennis, Commis im Restaurant du Parc des Eaux-Vives in Genf, schien sich mit einer Fingerverletzung zu plagen. An der



Jury-Mitglied Philippe Rochat war begeistert.

Spitze einer stattlichen Zahl von Wettkämpferinnen nimmt sie mit der ersten komplett weiblichen Delegation an einem Finale des Bocuse d'Or Schweiz teil. Zum Fisch hat sie die Parfums von Timutpfeffer und eine Holländische Sauce mit Mango, Passionsfrüchten und Ingwer kombiniert. Ihre Lammelone ist mit Lammmilken gefüllt.

Für den Bocuse d'Or versammelt sich eine Jury von vierzehn grossen Chefs an einem Tisch. «Das Prozedere ist einfach. Wir verbuchen die kumulierten Noten in einem Computer, und dann: Möge der Beste gewinnen. Für unser Land ist das ein grossartiges Fest der Küche», erklärt Jurypresident Franck Giovannini. Frédy Girardet, der Weiseste der Weisen, verrät mit einem Blick auf die Teller nur dies: «Es ist speziell, wir werden sehen».

Übersetzung und Bearbeitung: Christina Miller. Siehe «cahier français», Seite 10.



Ein Gedicht für den Gaumen und das Auge.

Bilder Bocuse d'Or Suisse

Kolumne



Christoph Ammann ist Ressortleiter «Reisen» bei der «SonntagsZeitung». Für die htr hotel revue schreibt der Journalist über sein ganz besonderes Interesse: die Hotellerie in allen Facetten.

Das Hotelbett hoch über den Dächern der Stadt

Viele Wolkenkratzer Dubais beherbergen Hotels. Am bekanntesten: der Burj al Arab, (321 Meter). Seit einigen Jahren sind freilich die beiden Türme des JW Marriott (355 Meter) das höchste Hotel der Stadt. Das im Khalifa integrierte Armani zählt nicht wirklich, es reicht nur in den neunten von insgesamt 163 Stockwerken. Ich liebe Hotels in Hochhäusern.

Auf den Geschmack, über den Dächern der Stadt zu nächtigen, bin ich Ende der 1980er-Jahre gekommen – bei einem Aufenthalt im Swissôtel in Chicago. Es war gerade neu eröffnet, die Aussicht vom Glaskurm auf die Skyline atemberaubend. Nur der Transfer vom 19. Stock in die

Lobby erforderte Geduld, der Lift wollte und wollte nicht kommen. Ein Mitreisender spendete Trost. Er erzählte, er sei schon in Hochhaus-Hotels in New York abgestiegen, in denen er geschlagene 40 Minuten auf den Lift gewartet habe.

Gut erinnern kann ich mich auch an Aufenthalte im Westin in Kapstadt, wo der harsche Wind hoch über der Waterfront die grossflächigen Zimmerfenster zum Vibrieren brachte. An das Schauspiel, das vom Bangkoker Peninsula auf dem Chao-Phraya-Fluss zu beobachten war, oder an den Drink in der Freiluftbar des Ritz Carlton, des mit 467 Meter höchsten Hotels von Hongkong.

Für mich als Gast sind Hochhaus-Hotels cool. Sie haben was Weltstädtisches und Trendiges. Aber für die Hotelcrew sieht das ein wenig anders aus. Zimmer auf viele Stockwerke verteilt erfordern Mehraufwand und gute Organisation. «In einem Hochhaushotel steht wenig Platz hinter den Kulissen zur Verfügung», sagt Peter Schickling, General Manager des Renaissance Zurich Tower (81 Meter). Acht Lifts, zum Teil exklusiv für die Besitzer der teuren Wohnungen in den obersten Etagen des Mobimo Tower,

mussten im Hochhaus in Zürich-West untergebracht werden.

«Wenn man etwas vergessen hat, kann man als Angestellter nicht einfach schnell in einer Minute vom 14. Stock ins Parterre und zurück flitzen», sagt Schickling. In einer Wolkenkratzer-Herberge ändern sich interessanterweise auch die Konsumgewohnheiten. Das Management des Renaissance Zürich Tower konstatiert, dass deutlich mehr Gäste das Essen beim Room Service bestellen. Die Kundschaft geniesst das Mahl mit Fernsicht. Während Jahrzehnten war das Swissôtel in Zürich-Oerlikon (85 Meter) das einzige wahrhafte Hochhaus-Hotel des Landes. Das Eurotel Riviera in Montreux (57 Meter) und das Interconti in Genf (45 Meter) galten eher als Wolkenkratzerli.

Aber die Familie ist gewachsen: Das Ramada Plaza im Basler Meseturm (105 Meter) ist sicher das Coolste im Lande. Zuletzt eröffneten das Hotel City West in Chur (84 Meter) und das Sheraton im Zürcher Hardturm Park (80 Meter). Auch dieses reicht leider nur bis zum zehnten von 24 Stockwerken. Immerhin bringt es die treuesten Gäste auf den beiden obersten Etagen unter.

Genuss

«Wine & Dine» mit prominenten Damen

Das «Gstaad Palace» veranstaltet zusammen mit dem Weinhandel Maison Magnin Vins et Spiritueux am 9. Februar 2014 ein «Wine & Dine» mit prominenten Damen: Die französische Schauspielerin Carole Bouquet präsentiert ihren Passito-Wein Sangué d'Oro. Zugewinnen sind auch die Gewinnerinnen Anne Malassagne (Champagne Lenoble) und Anabelle Cruse-Bardinet (Château Corbin, St-Emilion). Kulinarisch umrahmt wird der Abend von Irma Dütsch.

www.palace.ch

Bali-Wochen im Tropenhaus Wolhusen



Noch bis 23. Februar 2014 widmet sich das Tropenhaus in Wolhusen LU ganz dem Thema Bali. So gibt das Tropenhaus-Restaurant Mahoi mit seinen traditionell zubereiteten Speisen eine Vorstellung in die Kulinarik Balis. Tropisch-warmes Ambiente und ein abgestimmtes Rahmenprogramm bieten zusätzliche Eindrücke: Am 21. und 22. Februar findet mittags je ein «Bali Music & Dine» mit dem Duo Gender Wayang statt.

www.tropenhaus-wolhusen.ch

Wein

«Día del Vino»: Fachmesse für spanische Weine

Am 17. Februar 2014 findet im Kongresshaus Zürich die 15. Ausgabe der «Día del Vino» statt, der Schweizer Fachmesse für spanische Qualitätsweine, organisiert von der Spanischen Botschaft in Bern und «Wein aus Spanien». 52 Schweizer Importeure präsentieren als Vertreter von 470 Bodegas über 1000 Qualitätsweine. Die Veranstaltung kann nur per Einladung besucht werden. Einladungen sind bei der Handelsabteilung der Spanischen Botschaft erhältlich.

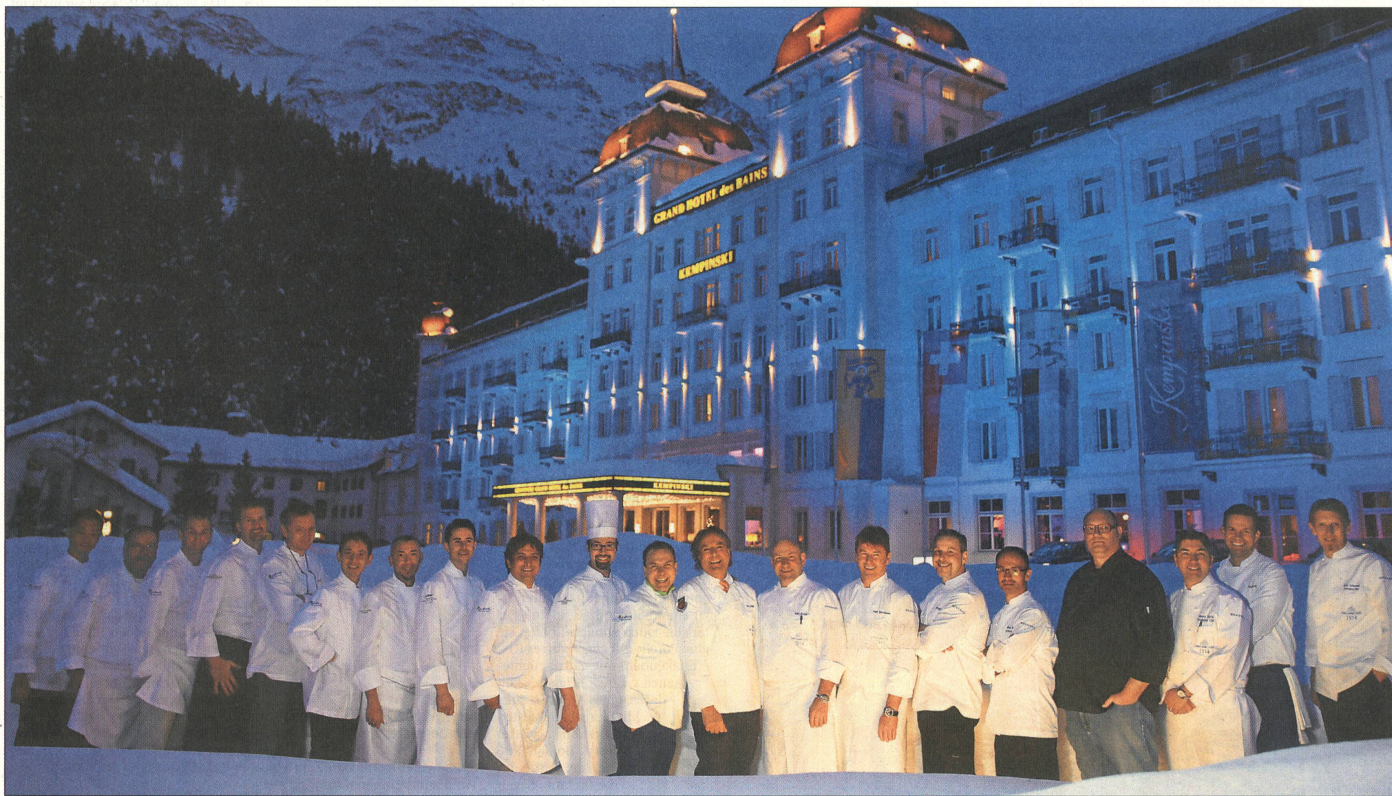
www.weinausspanien.ch

Highlights am 5. Wein-Festival im Kursaal Interlaken



Es findet heuer zum fünften Mal statt, das Weinfestival im Kursaal Interlaken. Vom 26. Februar bis 1. März kommen Liebhaber erlesener Tropfen und Feinschmecker in den Genuss eines umfangreichen Programms: von der «Soirée Champagne» mit Champagner aus dem Hause Laurent-Perrier über den kulinarischen Rundgang durch die «Rugen Distillery» und das «Gourmet-Menü» von Richard Stöckli, Küchenchef «Alpenblick» Wilderswil (16 GM-Punkte) bis zur Jubiläumsgala mitunter mit dem Käseveredler Maître Antony. fee

www.wein-festival.ch



Bereit für fünf Tage St. Moritz Gourmet Festival: die Gastköche und die Küchenchefs der lokalen Partnerhotels mit Reto Mathis (12. v. l.), Präsident der Event-Organisation.

Bilder: swiss-image.ch/Andy Mettler

Ein Abend unter Freunden

Mit dem «Grand Opening» hat das St. Moritz Gourmet Festival 2014 fulminant begonnen. Ein Augenschein vor Ort, an dem es viel zu geniessen, zu staunen und zu lernen gab.

SABRINA GLANZMANN



neben der Begegnung mit Spitzenköchen und -kreationen sind Champagner, Weine, Spirituosen und Mineralwasser inklusive. Als die Türe zum Saal aufgeht, eilen die rund 400 Gäste innert kürzester Zeit an die Stationen. Das Gourmet-Stelldichein ist eröffnet.

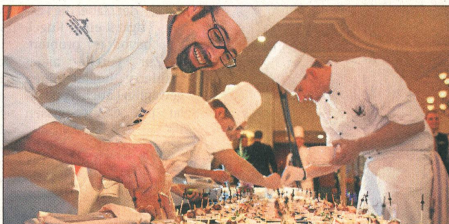
Es ist eng auf der sonst grosszügigen Treppe, die im Kempinski Grand Hotel des Bains von der Lobby nach oben in den grossen Saal führt. So eng sogar, dass man meinen könnte: da, wo alle so dringend hin wollen, da muss es etwas umsonst geben. Oder zumindest muss etwas ziemlich Aussergewöhnliches vor sich gehen. Beides trifft auf seine Weise zu an diesem Montagabend im Januar in St. Moritz.

Ziemlich aussergewöhnlich ist es, dass acht internationale Spitzenköche zusammen in einem Saal, Tisch an Tisch, ihre Kreationen präsentieren – sonst müsste man dafür in ihre Sterne-Lokale in Frankreich oder Japan oder in den USA reisen. Man begegnet den Koryphäen ganz unmittelbar, und sie sind – die meisten jedenfalls – beim Anrichten zu einem kurzen Schwatz gerne bereit. Umsonst ist das Ticket zu diesem «Grand Opening» des St. Moritz Gourmet Festivals mit 245 Franken zwar doch nicht, aber man kann sich nicht wirklich darüber beklagen, denn

Rasch bilden sich vor den Tischen die ersten Schlangen – die grösste dort, wo der japanische 3-Sterne-Koch Yoshihiro Takahashi mit seinem Team aus Kyoto in stoischer Ruhe «Steinbutt-Sashimi mit Konbu geräuchert, Essig-Rüben, Wasabi, Zitrus-Emulsion» anrichtet. «Das ist ganz grosse Kunst», hört man eine Frau sagen, während sie einhändig die Teller fotografiert



Verschiedene Sake-Spezialitäten zu degustieren, war am «Grand Opening» bei den Gästen sehr beliebt.



Fabrizio Piantanida (l.), Küchenchef des Grand Hotel Kronenhof in Pontresina, hat beim Anrichten sichtlich Spass.

und mit der anderen Hand ein Glas Sparkling-Sake hält. Den Prospekt mit dem vielversprechenden Titel «The Very First Step for Sake Geek» der Japan Sake Brewers Association wird eifrig eingesammelt, auch von einem japanischen Paar, das extra wegen Takahashis Gastaustritt nach St. Moritz gereist ist. «Wissen Sie, in unserem Land

Ziemlich aussergewöhnlich, dass acht Spitzenköche in einem Saal ihre Kreationen präsentieren.

Yoann Conte. Der 2-Sterne-Chef aus Annecy ist am Festival im Kulm Hotel zu Gast. «Kulm»-Küchenchef Hans Nussbaumer hilft konzentriert mit, Contes «Kindheitserinnerungen» auf die Teller zu bringen: «Mäischrème, Polenta-Mousse, karamellierte und gesalzene Butter.» Zuoberst ein Popcorn, das beim Essen knackt. Ein Gedicht.

Eine kurze Pause an einem der Stehtische ist wohlthuend, um dieses köstliche Dessert zu «verdauen» – da huscht Dieter Koschina vorbei, der Österreicher, der mit der «Vila Joya» in Albufeira zu Portugals Koch-Elite gehört und schon zweimal Gastkoch in St. Moritz war.



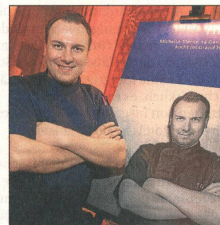
Extra aus Japan angereist: Satoshi Abe und Mie Schneider.

«Das schmeckt toll, gell, dieses Dessert vom Franzosen», sagt er, und auch das Safran-Espuma und -Mousseline von Mauro Colagreco habe ihm sehr gefallen. Ob er länger am Festival bleibe? «Nein, ich bin nur heute hier. Es ist schön, mal auf der anderen Seite zu stehen, aber nicht weniger anstrengend», sagt er lachend, und geht weiter zum nächsten Kollegen, um etwas von ihm zu probieren. Am «Opening» bilden sich auch Spitzenköche weiter. Sehr sympathisch.

Die eigene Gaumen-Weiterbildung verlangt allmählich nach Wasser. Am Stand von Hauptsponsor Valser erzählt Philipp Häseli, Senior Brand Manager Valser, von der langjährigen Partnerschaft des Premium-Mineralwassers mit dem Festival. «Wir engagieren uns seit 2005 beim Festival und haben seither rund 800 Kunden in St. Moritz begrüsst», sagt Häseli. Die Zusammenarbeit sei laufend ausgebaut worden. Und was steht für das Unternehmen in diesem Jahr im

Fokus? Das sei Valser Silence, das stille und sanfte Mineralwasser aus einer der höchsten Quellen Europas. «Wir sind damit in allen Festival-Partnerhotels und Event-Locations neben Valser Classic exklusiv präsent.» Den Durst gestillt, zeigt der Senior Brand Manager die eigens für das Festival gestaltete Etikette, die während einiger Wochen die Glasflaschen zieren wird.

«Es gibt kein Besteck mehr!» ruft Tim Raue plötzlich energisch in den Saal hinein. Seine Gerichte, «Sichuan Schweinebauch» und «Tintenfisch, Artischocke und Prosecco» finden grossen Anklang, aber der Berliner 2-Sterne-Koch sagt, das habe auch mit seinem schnellen Anrichten zu tun, «ich kann gar nicht langsamer». Tapfer posiert er für Fotos und beantwortet Journalistenfragen, obwohl er mit einer Erkältung kämpft. «Aber das wird schon, jetzt geht es bald ab ins Bett, dann bin ich morgen wieder fit», sagt Raue. Fit für weitere intensive Tage am St. Moritz Gourmet Festival 2014.



Gastkoch Tim Raue mit seinem «Alter Ego» auf Plakat.

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 5 · 30. Januar 2014

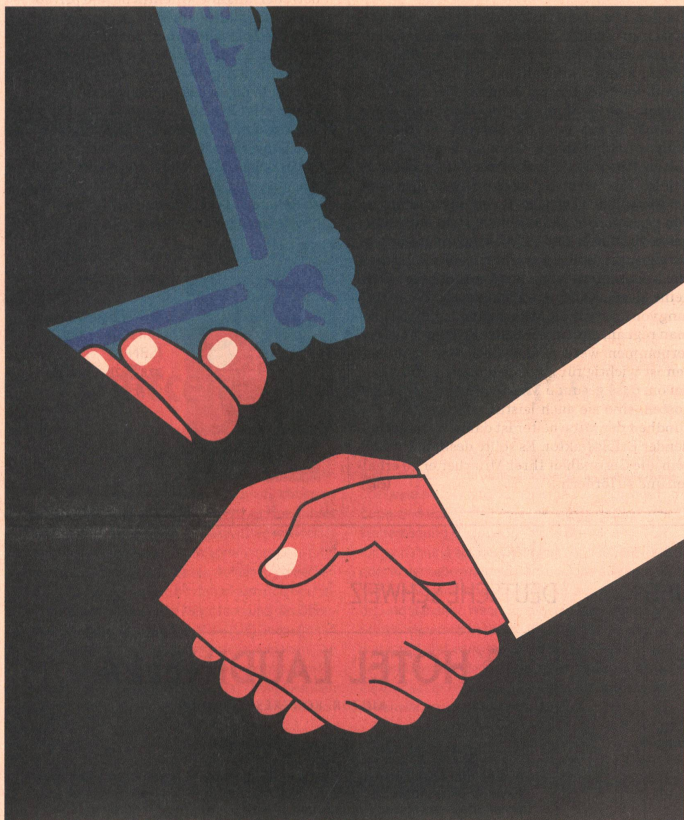
htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

UNGENUTZTE MEISTERWERKE

Diplomarbeiten sind an allen Ausbildungsstätten der tertiären Stufe der krönende Abschluss. Viel zu wenig erkannt sind aber Wert und Nutzen solcher Arbeiten, sowohl für Auftraggeber als auch für die Diplomanden.

Jeder Bildungsgang der höheren Berufsbildung erfordert für einen erfolgreichen Abschluss eine Diplomarbeit. Diese orientiert sich an wissenschaftlichen Vorgaben und muss in unserem Fall ein touristisches oder tourismusverwandtes Thema behandeln. Das gesamte erlernte theoretische und praktische Fachwissen soll in vernetzter Form in diese Arbeiten einfließen. Sie werden nach genauen Vorgaben sauber strukturiert verfasst und die vielfältigen Methoden sinnvoll angewandt. Daraus entstehen Konzepte, Businesspläne, Zukunftsszenarien und vieles mehr.

Auftraggeber gesucht

Viel zu oft werden für diese Arbeiten aber von den Diplomanden selber die Themen «erfunden». Und das führt leider oft zu sogenannten «Schubladenarbeiten», weil sich niemand konkret dafür interessiert, egal wie gut die Qualität der Arbeit ist. Gesucht und gewünscht sind vielmehr konkrete Aufträge von Arbeitgebern und Unternehmungen aus dem Tourismus. Viele Arbeitgeber sind sich noch nicht bewusst, dass sich ihnen diese Möglichkeit bietet und sie so spannende Ideen oder Projekte, die im Raum stehen, aber noch nicht entwickelt oder analysiert werden konnten, von jungen, engagierten

und innovativen Studierenden erarbeiten und vorbereiten lassen können.

Win-win-Situation für alle

Viel zu wenig erkannt ist dabei, dass durch solche Diplomarbeiten für alle Beteiligten eine absolute Win-win-Situation entsteht. Die Auftraggeber können eigene Ideen und Projekte erarbeiten lassen, ohne selber den Zeitaufwand dafür betreiben zu müssen und ohne dass ihnen ein Kostenaufwand – oder höchstens ein sehr geringer – entsteht. Die Diplomanden erhalten spannende Aufträge und erarbeiten ein Werk, das konkret von Interesse ist und eine Chance hat, ganz oder teilweise umgesetzt zu werden. Die Schulen können die Netzwerkpflege weiterführen und allen interessierten Kreisen solche Arbeiten auch zur Verfügung stellen. Nicht zu vergessen ist, dass solche Diplomarbeiten auch auf dem Arbeitsmarkt für die Jobsuche einen wertvollen Beitrag leisten können. Arbeitgeber könnten die Werke als interessanten Indikator nutzen, um festzustellen, wie viel Potenzial ein Kandidat oder eine Kandidatin schon bewiesen hat. Bewerberinnen und Bewerber können sich mit ihrer Arbeit profilieren. Nutzen Sie also die Chance!



Hanna E. Rychener Kistler, lic. phil. I
Direktorin IST
Internationale Schule für Touristik
www.ist-zurich.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Arbeit ist das Einzige,
was mich nicht
müde macht»

Paul Reynaud

AGENDA

20. FEBRUAR

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

20. FEBRUAR

«Mental fit für die Prüfung», vom Berufsverband Hotel-Administration / Management, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

22. FEBRUAR

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

4. MÄRZ

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

4. MÄRZ

«Getränkeauschank», vom Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft, im WaBi Bildungszentrum, in Wädenswil
www.hotelgastrounion.ch

1. APRIL

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

12. JUNI

«Ausbildung zum Qualitäts-Coach Stufe 1», von hotelleriesuisse, im Landgasthof Sternen, in Muri bei Bern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

**Gesucht: Bistrotisch
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.

Mehlanlieferung Gefährdung: Staubexplosion

Mögliche Sicherung:
Die Einblasleitung des Silolastwagens muss mit dem Einblasstutzen der Siloanlage leitend verbunden sein.

Kühl- und Tiefkühlanlagen Gefährdung: Eingeschlossenwerden, Erfrieren, Unterkühlung

Mögliche Sicherung:
Die Türen müssen jederzeit von innen und aussen geöffnet werden können, für Notfall üben. Alarm muss jederzeit von Dritten wahrgenommen werden.

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

IN DIE GESUNDHEIT DER MITARBEITER INVESTIEREN

Kranke Arbeitnehmer verursachen jährlich Kosten in Milliardenhöhe. In die Gesundheit der eigenen Mitarbeiter zu investieren, kann deshalb auf lange Sicht Geld sparen.

Abgesehen von Infektionskrankheiten nehmen psychosomatisch bedingte Krankheiten immer mehr zu. Wenn ein Mitarbeiter dauerhaft Stress ausgesetzt ist, wirkt sich das nicht nur negativ auf seine Psyche aus. Irgendwann schlagen sich die psychischen Belastungen in körperlichen Symptomen nieder. Psychische Belastung ist neben Überforderung, die aus Zeitmangel oder fehlender Qualifikation entsteht, vor allem die Angst, den Arbeitsplatz zu verlieren. Die Angst vor dem Arbeitsplatzverlust wirkt sich dabei nicht nur auf die Psyche des Mitarbeiters aus, sondern kann weitere Folgen nach sich ziehen. Aus Angst kommen viele Arbeitnehmer nämlich auch dann zur Arbeit, wenn sie krank sind. Kranke Mitarbeiter sind jedoch weitaus weniger leistungsfähig, ihre trübe Stimmung kann sich auf das gesamte Arbeitsklima auswirken und im schlimmsten Fall werden Kollegen ebenfalls angesteckt.

GESUNDHEITSFÖRDERUNG

Die betriebliche Gesundheitsförderung ist ein geeignetes Mittel, um die Motivation, die Leistungsfähigkeit und die Gesundheit der Mitarbeiter zu fördern. Sie ist ganzheitlich ausgerichtet und sieht daher die Abstimmung aller betrieblichen Prozesse auf die Erhaltung und Förderung der Gesundheit und der Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter vor. Eine angemessene Arbeitszeit ist genauso wichtig wie eine stressreduzierende Arbeitsorganisation und

ein angenehmes Arbeitsumfeld. Auch die individuelle Lebenssituation der Mitarbeiter sollte berücksichtigt werden, denn die Work-Life-Balance ist vor allem für die psychische Gesundheit relevant.

WISSEN VERMITTELN

Um den Mitarbeitern das nötige Gesundheitswissen zu vermitteln und sie zu befähigen, sich gesundheitsfördernd am Arbeitsplatz zu verhalten, können im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung Seminare veranstaltet werden. Die Seminare vermitteln Wissen über gesunde Ernährung, die korrekte Körperhaltung am Arbeitsplatz, Techniken zum Stressabbau. Persönliche und offene Gespräche mit den Mitarbeitern sind ausserdem wichtig, um herauszufinden, welche Belastungen empfunden werden. Um das Immunsystem der Mitarbeiter zu stärken und so Infektionskrankheiten vorzubeugen, sollte man für frische vitaminreiche Kost sorgen. Wenn das Unternehmen über keine eigene Kantine verfügt, ist die Bereitstellung von Obst für die Mitarbeiter denkbar. Oder man regt an, dass in der Pause Spaziergänge unternommen werden, das Einhalten von Pausen ist wichtig für die Gesundheit. Abgesehen davon, dass gesunde Mitarbeiter weniger Geld kosten, sind sie auch leistungsfähiger. Die Gesundheit der Mitarbeiter ist damit ein entscheidender Erfolgsfaktor. Es sollte deshalb Ihr Ziel sein, die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter zu erhalten und zu fördern. (chg)

AUSGESESSEN!

Zögern und Zaudern, Warten und Aufschieben treffen wir heute an allen Ecken und Enden an: im Arbeitsleben, in der Politik, in der öffentlichen Verwaltung, im Umgang mit der eigenen Gesundheit. Die Krux dabei: Wenn wir selbst keine Entscheidung treffen, treffen sie die anderen. Wir werden entweder Opfer von Fremdentscheidungen oder es passiert gar nichts mehr – eine Entwicklung, die persönliches, gesellschaftliches und wirtschaftliches Wachstum verhindert. Die Folgen dieser neuen Mentalität des chronischen Nicht-Entscheidens betreffen uns alle: Öffentliche und private Haushalte sind überschuldet, Unternehmen übersubventioniert, Sozialsysteme nicht mehr finanzierbar, die allgemeine Gesundheit nimmt ab, die Geburtenquote ist rückläufig. Mit gewohnt scharfer Zunge zeigt Bestseller-Autor Roland Jäger auf, wie wir unsere Gestaltungsfreiheit und Souveränität aufgegeben haben und es vorziehen, elementare Herausforderungen unseres Lebens auszusitzen. Der Preis, so Roland Jäger, ist hoch. Es geht um nichts Geringeres als unsere Zukunft.



«Ausgesessen!»

Orell Füssli Verlag
von Roland Jäger
ISBN
978-3-280-05486-4
CHF 29.90

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

**HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG**

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

Hotel & Gastro Union
Adligenswilerstrasse 22, 6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE
htr hotel revue
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern, www.htr.ch
Hotellerie* Gastronomie Verlag
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern
www.hotellerie-et-gastronomie.ch

LEITUNG
Barbara König / Philipp Bitzer

REDAKTION
Barbara König, Telefon 031 370 42 39
Mario Gsell, Telefon 041 418 24 57

AUS- UND WEITERBILDUNG

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:

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

Italienisch
Wein und Küche, Kurs 699 Euro

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

30688-10798

Durchblick
Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DEUTSCHE SCHWEIZ

HOTEL LAUDINELLA

KULTUR KONGRESSE FERIEN

CH-7500 St.Moritz

Unser Hotel (204 Zimmer, 5 Restaurants, 2 Bars, Kongress- und Seminarräume, Wellnessbereich, grosses Kulturangebot) ist vielseitig, kreativ und immer offen – so stellen wir uns auch unsere zukünftigen Mitarbeitenden vor.

Für unsere Teams an der **Reception** und in der **Küche**, suchen wir, **Eintritt per April bzw. Juni 2014 oder nach Vereinbarung**, begeisterungsfähige Persönlichkeiten als

Receptionist (m/w)

Chef de Partie (m/w)

Demi Chef de Partie (m/w)

Commis Pâtissier (m/w)

Commis de Cuisine (m/w)

Für unser Buffet, unsere A-la-carte- und Gourmetküche

Wir setzen die entsprechenden Aus- und Weiterbildungen sowie Führungs- und Berufserfahrung voraus.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto freuen wir uns!

Hotel Laudinella
Josy Caduff
Human Resources Manager
7500 St. Moritz
Telefon +41 (0)81 836 06 04
josy.caduff@laudinella.ch

Viel Interessantes finden Sie auch unter: www.laudinella.ch

30676-10798

Weiterbildungsangebote

www.hoteljob.ch

Wiedereröffnung eines international bestbekannten Hotelunternehmens

Was gibt es Schöneres als einen ausgezeichneten Hotelbetrieb, der bereits seit vielen Jahren erfolgreich im Markt integriert ist, in eine neue Zukunft zu begleiten. In Kürze wird ein ehrgeiziges Um- und Neubauprojekt in Angriff genommen mit Wiedereröffnung im August 2014. Schon jetzt besticht das Unternehmen durch **sehenswertes Design**, herausragende Architektur, grosszügigem Spa mit Wellbeing-Oase, Beauty-Center und wunderschönen Bädern. Dies in einer einzigartigen Deutschschweizer Feriendestination mit atemberaubender Landschaft.

Das kulinarische Angebot reicht von sinnlicher Kreativküche über klassisch-traditioneller sowie internationaler Spitzenküche bis hin zu avantgardistischen Küchenproduktionen. Die neuen F & B-Trends sind geprägt von aufstrebenden, angesagten Restaurantkonzepten. Optimale Ausgangslage für sprachlich gewandte Gastgeberpersönlichkeiten mit dem Blick für das Detail. **Das Wichtigste:** Die einmalige Chance bereits vor der Eröffnung einzusteigen bzw. das zukünftige «Produkt» aktiv mitzugestalten und persönlich zu prägen!

Chef de service & Restaurantleitung w/m**Grösseres Top à la carte-Restaurant oder GaultMillau Gourmet-Restaurant**

Sie haben die Wahl: Sie leiten mit Umsicht und viel Geschick das neue, grössere à la carte Restaurant mit ca. 15-20 Mitarbeitenden. Oder Sie führen das neue, ca. 30-plätziges Gourmet-Restaurant mit dem Ziel, in einen höheren Range von GaultMillau-Punkten zu gelangen; wobei Ihnen ca. 8-10 Mitarbeitende unterstellt sind. Für beide Positionen – je ein Mix aus Chef de service & Restaurantleitung – gilt: Mit Ihrer herzlichen, authentischen Art kreieren Sie einzigartige und **aussergewöhnliche Erlebnisse** für die zukünftigen Gäste des Hauses.

Führungsstarke Damen und Herren aus der Spitzengastronomie, idealerweise mit ausgezeichneten Weinkenntnissen sowie entsprechender Service-Leitungspraxis sollten uns anrufen! Ihr Eintritt kann im **Juni/Juli** erfolgen bzw. nach Vereinbarung. – Stehen Sie für **Service Excellence?** Suchen Sie das ganz Besondere? Wollen Sie eine spektakuläre Eröffnung mitorganisieren? Dann CV/Foto online senden oder ganz einfach zum Hörer greifen: +41 44 802 12 00. Abends und am Wochenende: +41 79 402 53 00. Welcome on board!

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

30671-10795

STIFTUNG ST. JAKOB
BEHINDERTENWERK
*„Tradition und Qualität“*

Die Stiftung Behindertenwerk St. Jakob ist ein traditionsreiches, erfolgreiches und marktorientiertes Sozialunternehmen. In ihrer stadtbekannten Bäckerei, Konditorei und Coniserie produziert sie qualitativ hochstehende gastronomische Produkte und vertreibt sie über eigene und externe Vertriebskanäle. Für die personelle, fachliche, organisatorische und betriebswirtschaftliche Führung dieses wichtigen Geschäftsbereiches suchen wir eine erfahrene, belastbare und kundenorientierte Führungspersönlichkeit als

Profitcenterleiter Gastronomie

Zusammen mit Ihren Abteilungsleitern sind Sie vollumfänglich verantwortlich für die Herstellung des breitgefächerten Sortiments und den Verkauf in den Filialen bzw. via Restaurants und Kaminen. Insbesondere fördern Sie nachhaltig die Entwicklung Ihres Bereiches durch gezielte Verkaufsaktivitäten sowie einer marktorientierten, innovativen Sortimentsgestaltung und Preispolitik. Die finanziellen Aufgaben erstrecken sich von der Budgetierung bis zum Inkasso und beinhalten insbesondere auch die Kalkulation und das Offertwesen. Als Mitglied der Geschäftsleitung übernehmen Sie Repräsentativ- und Projektleitungsaufgaben. Die Betreuung und Instruktion der heterogen zusammengesetzten Belegschaft von über 100 Mitarbeitenden verlangt sowohl grosses Einfühlungsvermögen als auch

Durchsetzungsfähigkeit. Ideale Bewerber/innen für diese aussergewöhnliche und anspruchsvolle Kaderfunktion haben eine abgeschlossene Hotelfachschule oder eine handwerkliche/gewerbliche Grundausbildung und von Vorteil eine betriebswirtschaftliche Weiterbildung. Zwingend sind ausgewiesene Führungserfahrung aus der Gastronomie/Hotellerie (F&B) oder in der Lebensmittelproduktion und –verkauf. Sie haben eine natürliche Ausstrahlung, sind kontaktfreudig und standfest. Wenn Sie zudem eine ausgeprägte Sozialkompetenz besitzen, ausdauernd, kreativ und humorvoll sind, erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (inkl. Foto), vorzugsweise in elektronischer Form, an untenstehende Adresse. Wir sichern Ihnen volle Diskretion zu.

MICHAEL HUTTER
career management

 Zeltweg 50, 8032 Zürich
Tel. +41 (0)44 251 20 20

 mh@michaelhutter.ch
www.michaelhutter.ch

30691-10785

Ihre Zukunft beginnt jetzt!

Das öffentliche Restaurant der Belvoirpark Hotelfachschule Zürich HF befindet sich in der denkmalgeschützten Alfred Escher-Villa, eingebettet im wunderschönen Belvoirpark direkt am Zürichsee. Das kulinarische Angebot des Belvoirpark Restaurant ist marktführerisch, innovativ und eine dem Zeitgeist entsprechende Kombination aus moderner französischer Küche und attraktiven Gerichten der Schweizer Küche.

Sie tragen zum reibungslosen Betrieb der Küche bei, indem Sie unter Beachtung der Hygienestandards Speisen auf hohem Niveau zubereiten und anrichten. Sie setzen die Lebensmittelvorschriften im Einklang mit unseren Standards durch hochwertige Leistung und Präsentation um und sorgen dafür, dass Lebensmittelverlust auf ein Minimum beschränkt bleiben. Sie fühlen sich in einem renommierten Traditionsbetrieb mit attraktiven Outlets wohl und können gut mit Lernenden, Praktikanten und regelmässig anwesenden Studierenden der Hotelfachschule umgehen. Das Motto „Mit Freude für Freunde kochen“ steht Ihnen nahe.

Ambitionierter Chef de Partie m/w

für das à la Carte-Restaurant

Als gelernter Koch mit Berufserfahrung in der gehobenen Gastronomie verfügen Sie über ein fundiertes Fachwissen. Sie behalten auch in hektischen Zeiten stets Ihre Professionalität, Ruhe und den Überblick. Ihr gepflegtes Erscheinungsbild und Ihre korrekten Umgangsformen entsprechen den Erwartungen der gehobenen Gastronomie.

Engagierter Commis de Cuisine/ Tournant m/w

mit Lust das Wissen vertiefen

Sie haben vor kurzem das Qualifikationsverfahren zum Koch mit Bravour bestanden und möchten nun Ihr Wissen erweitern. Sie sind flexibel und unterstützen unsere Küchenbrigade mit Ihrer Hilfsbereitschaft und selbständigen Arbeitsweise im à la Carte-Restaurant, aber auch in der Bankettabteilung und bei Caterings. Ihr gepflegtes Erscheinungsbild und Ihre korrekten Umgangsformen entsprechen den Erwartungen der gehobenen Gastronomie.

BELVOIRPARK
Restaurant

Der Eintritt erfolgt nach Vereinbarung.

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

Ihr Ansprechpartner: Daniel Vuillaume, Human Resources

 Belvoirpark AG, Seestrasse 125, 8002 Zürich, www.belvoirpark.ch
Tel. 044 286 88 69, daniel.vuillaume@belvoirpark.ch

30652-10786

Nur gut 1-2 Autostunden vom Stadtrand Zürich entfernt.

Sehenswert sind die gelungenen, mit sehr viel Liebe zum Detail kürzlich erfolgten Um- & Ausbauten und die beeindruckende Innenarchitektur des hervorragend im Markt etablierten **Spitzenbetriebes** mit rund 100 Komfortzimmern und JuniorSuiten! Ausgezeichnete, exklusive Restaurants und F & B Outlets auf Gourmetstufe, eine grosszügig konzipierte High Tech-Küche, Seminarräumlichkeiten sowie ein imposanter auf hohem Niveau ausgestatteter Spa verheissen dem bekannten First Class Superior-Hotel zu einem klaren Vorsprung auf die Wettbewerber.

Standort: Bestbekannte Lifestyle-geprägte Premium Resort-Destination unweit grösserer Zentren. Idealprofil: Organisationsstarke, gut vernetzte jüngere Hospitality-Profis mit unternehmerischer Grundhaltung und **Mut zu Neuem**. Verkaufsfähigkeit, Affinität zur New Media und Versiertheit mit allen relevanten Disziplinen der gehobenen Hotellerie sind die besten Voraussetzungen für diese spannende Position. Die Optimierung der Auslastung und des RevPAR machen Sie zur Chefsache. Entsprechend entschlossen und souverän gehen Sie an die Aufgabe heran.

Hoteldirektor Typ Gastgeber w/m**für eines der besten Wintersport- & Wellnesshotels der Schweiz**

Sie kommunizieren exzellent auf allen Ebenen, führen mit Kennzahlen und haben wertvolle Erfahrungen in der internationalen Hotellerie gesammelt. Eine entsprechend solide Hotel-Grundausbildung und betriebswirtschaftliche Weiterbildung bringen Sie mit. Weltoffenheit, **Servicebereitschaft** und Authentizität werden hoch gewichtet. Dass Sie bereits einen Hotelbetrieb wirtschaftlich erfolgreich geleitet haben oder einen starken Leistungsausweis als Vizedirektor/in bzw. als Resident Manager mitbringen, ist beides vorstellbar.

Zusätzliche, aktuelle Erfahrung aus der CH-Resorthotellerie erleichtert Ihnen den Einstieg. Trotz saisonaler Struktur sind Sie und Ihr Kaderteam selbstverständlich ganzjährig engagiert. Über die **Vorteile**, die mit diesem Haus und der aussergewöhnlichen Position verbunden sind, informieren wir Sie gerne in einem persönlichen und vertraulichen Gespräch! Ihren Eintritt sehen wir auf den Frühsommer, z.B. auf Mitte Mai, resp. nach Vereinbarung. Optimal für den Erstkontakt: CV/Foto via Mail senden oder ganz einfach anrufen. Wir freuen uns auf Sie!

Ansgar Schäfer & Anja Gieger

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

30672-10793

Gäste als Freunde betrachten.

Was gibt es Schöneres als einen ausgezeichneten Hotelbetrieb, der bereits seit vielen Jahren erfolgreich im Markt integriert ist, in eine neue Zukunft zu begleiten. In Kürze wird ein ehrgeiziges Um- und Neubauprojekt in Angriff genommen mit Wiedereröffnung im August 2014. Schon jetzt besticht das Unternehmen durch **sehenswertes Design**, **herausragende Architektur**, grosszügigem Spa mit Wellbeing-Oase, Beauty-Center und wunderschönen Bädern. Dies in einer einzigartigen Deutschschweizer Feriendestination mit atemberaubender Landschaft.

Das kulinarische Angebot reicht von sinnlicher Kreativküche über klassisch-traditioneller sowie internationaler Spitzenküche bis hin zu avantgardistischen Küchenproduktionen. Die neuen F & B-Trends sind geprägt von aufstrebenden, angesagten Restaurantkonzepten. Das Wichtigste: Die einmalige Chance bereits vor der Eröffnung einzusteigen bzw. das zukünftige «Produkt» aktiv mitzugestalten und persönlich zu prägen! **Das Schönste** an Ihrem Job: «Um Sie kommt man nicht herum!» Denn «Ihr herzlicher Empfang» als

Hostess & Gastgeberin – Restaurant Supervisor**für ein exklusives GaultMillau Restaurant**

Ist der erste und «prägende» Eindruck des Gastes. Zu Ihren weiteren Aufgaben gehören: Tischreservierungen annehmen, Bearbeitung von Anfragen, Homepage des Restaurants à jour halten, Guest History führen, Rechnungen für den Gast und die Menuverwaltung. Im Rahmen dieser neu geschaffenen Stelle werden Sie mit dem Küchenchef eng zusammenarbeiten. Affinität zur gehobenen Gastronomie und gutes Englisch sollten Sie mitbringen. Französisch- und/oder Italienisch-Kenntnisse sind weitere optimale Voraussetzungen.

Gäste als Freunde zu betrachten und **professionell zu betreuen** – das ist das eigentliche Ziel der Stelle! Positive Ausstrahlung, Durchsetzungsvermögen und ein gewisser Touch Charme sind Ihre Markenzeichen. Ein attraktives Umfeld dazu können wir Ihnen bieten! Ihr Eintritt kann im **Juni/Juli** erfolgen bzw. nach Vereinbarung. – Sind Sie eine selbstbewusste Interessentin mit Flair für Hospitality? Wollen Sie eine spektakuläre Eröffnung mitorganisieren? Dann CV/Foto online senden oder zum Hörer greifen. Wir freuen uns auf Sie und den Kontakt zu 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

30672-10796

silserhof
...das etwas andere Hotel

 Lust, Verantwortung zu tragen?
Hingabe für kreatives Kochen?

 Wir suchen per **31. Mai 2014** für
unsere langjährige
Küchenchefin

eine qualifizierte Nachfolgerin. Sie verwöhnen unsere Gäste mit einem täglichen Halbpensions-Menü (kein à la carte) und sind zusammen mit Ihrer Stellvertretung für alle Abläufe von der Kalkulation über den Einkauf bis zur Lagerhaltung verantwortlich. Sie haben gute Ideen für eine kreative, geschmackvolle Halbpensionsverpflegung für bis zu 80 Gäste. Ihre Führungsqualitäten erhalten den guten Teamgeist und stärken die Mitarbeiter in ihrer Kompetenz.

Wenn Sie eine gelernte Köchin, oder allenfalls auch eine diplomierte Hauswirtschaftsleiterin mit hoher Küchenerfahrung sind, bewerben Sie sich bei uns. Wir können eine Wohngelegenheit (schönes Personalzimmer) zur Verfügung stellen und bevorzugen aus internen Gründen weibliche Bewerberinnen. Sprachen Deutsch und Italienisch.

Die Anstellung erfolgt nach dem LGAV und wird saisonal erneuert, eine Bewerberin mit langfristigen Engagement wird bevorzugt.

 Weitere Auskünfte erteilen Ihnen
Cristina + Kurt Siegenthaler

 Silserhof GmbH
Via da Baselgia 57
7515 Sils-Baselgia

 www.silserhof.ch
info@silserhof.ch
081 838 41 00 (morgens)

30584-10761

Hotel ***plus Sonne

CH-9658 WILDHAUS

Das Sonnen-Team sucht ab sofort oder nach Vereinbarung eine

Anfangs Direktor-, in / paar
Dank Ihrer fundierten Ausbildung und Führungserfahrung, wagen Sie nun den nächsten Schritt zum Gastgeber des sonnigsten Hotel im Toggenburg.

**Réceptionist-, in /
Direktionsassistent-, in**

Als Réceptionistin in der Sonne sind Sie natürlich eine strahlende Persönlichkeit, beruflerfahren und kennen sich mit dem „Fidelio“ aus.

Koch / Köchin
Wir sind eine mittlere Küchenbrigade von 5 qualifizierten Mitarbeitern und wünschen uns eine kompetente Verstärkung, mit welcher wir unsere naturnahe und kreative Küche weiter verfeinern können.

Restaurationsfachfrau / mann
Wir haben die liebsten Gäste und für diese suchen wir nur das Beste! – das sind doch Sie?

Bewerbungen an:
Petra Federer, Besitzerin
Hotel Sonne, 9658 Wildhaus
Tel 071 999 23 33
petra.federer@beutler-hotels.ch
www.beutler-hotels.ch

30689-10794



Leiter/in Logistik

Gastronomie an der BERNEXPO
Mingerstrasse 6, 3000 Bern 22

per sofort

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



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



30679-10797

Projekt Bever Lodge Bever, Engadin/St. Moritz

Wir suchen

initiative/n Geschäftsführer/in

für die geplante Bever Lodge in Bever/Oberengadin mit ca. 100 Betten. Die Eröffnung soll auf ca. Herbst/Winter 2015 erfolgen. Die finanzielle Beteiligung an der Bever Lodge AG wird begrüsst. Geboten wird aktive Mitsprache vom Einstieg weg. Hochmotivierte und kreative Menschen sind eingeladen, sich bis zum 8. Februar 2014 schriftlich zu bewerben bei:

Projekt Bever Lodge, Herr Rainer Good,
Vietta Grevas 12, 7505 Celerina

Von uns ausgewählte Kandidaten und Kandidatinnen werden zu einer umfassenden Projektpräsentation eingeladen, um sich ein klares Bild dieses spannenden Projektes zu verschaffen.

Projektteam Bever Lodge

176.793.686

30642-10781

«Arbeit,
die Spass macht.»

Weitere Jobs unter www.migros.ch

Das Restaurant Golf 36 gehört zum Golfpark Waldkirch, der grössten Golfanlage der Schweiz. Wir sind ein öffentliches Golf- und Ausflugsrestaurant inmitten der grünen Oase mit über 120 Terrassensitzplätzen, 140 Sitzplätzen im Inneren des Restaurants sowie einer Bar. Zwei Lounge Bereiche im Innern, eine Lounge auf der Terrasse und zwei Seminarräume runden unsere Infrastruktur ab. Wir suchen per **Februar 2014** oder **nach Vereinbarung**

Servicefachangestellte/r Chef de Service-Stellvertreter/in Junkoch / Chef de Partie (w/m) Sous Chef

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Mehr Informationen zu den ausgeschriebenen Stellen erhalten Sie unter www.migros.ch/stellen.

Wir bieten

Wir bieten Zeitgemässe Anstellungsbedingungen sowie eine abwechslungsreiche Aufgabe mit hohem Selbstständigkeitsgrad. Am Arbeitsort erwartet Sie ein motiviertes Team und eine schöne Umgebung.

Genossenschaft Migros Ostschweiz
Jeannette Baumann, HR Beratung

RESTAURANT
GOLF 36



30666-10760



HOTEL LÖWEN AG
6252 DAGMERSELLEN
062 756 18 55

info@loewen-dagmersellen.ch
www.loewen-dagmersellen.ch

Wir suchen in unser junges Team
flexible(n) und einsatzfreudige(n)

Koch/Chef de Partie

100%
mit Berufserfahrung

per sofort
oder nach Vereinbarung.

Fühlen Sie sich angesprochen?
Rufen Sie unverbindlich an.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf.
Wolfgang Kristan und Mitarbeiter

30643-10782



ERBRINGEN SIE DEN NÄCHSTEN
SOMMER AM UFER DES RHEINS!

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

Wir freuen uns auf Ihre wertvolle Unterstützung während der Sommersaison 2014 als:

Réceptionist/in

mit Erfahrung an einer Hotélréception

Chef de Service in Saison- oder Jahresstelle

mit Erfahrung im à la carte- und Bankettservice

Serviceangestellte/r Voll- oder Teilzeit

mit Erfahrung im à la carte- und Bankettservice

Chef de Partie und Commis de Cuisine

mit Lehrabschluss und Freude an einer kreativen Küche

Schätzen Sie das lebhaft, abwechslungsreiche Umfeld eines Seminarhotels? Dann senden Sie Ihre Bewerbung per Post oder per E-Mail an:

Seminarhotel Unterhof Schaffhauserstrasse 8 8253 Diessenhofen
Tel. 052 646 38 11 www.unterhof.ch christine.schnoor@unterhof.ch

30661-10781

Luzerner Psychiatrie lups.ch

Die Luzerner Psychiatrie ist die grösste Anbieterin von psychiatrischen Dienstleistungen im Kanton Luzern mit 21 Betriebsstandorten. Das gemeinsame Ziel unserer Mitarbeitenden ist das Wohl der Patientinnen und Patienten.

Für die Klinik St.Urban mit 220 Patientenbetten und für den gehobenen Bankettbereich des Ehemaligen Klosters St.Urban, suchen wir infolge Nachfolgeplanung **per Frühjahr 2014** eine

Leitung Diätküche 100%

Ist Kochen Ihre grosse Leidenschaft? Verbindet Ihre Küchenphilosophie aussergewöhnliche Kreativität mit Qualitätsbewusstsein?

In unserer modernen Küche, bieten wir Ihnen als initiative, team- und leistungsorientierte Persönlichkeit eine interessante Stelle an, in welcher Sie unsere Patienten mit Ihrem Ideenreichtum verwöhnen können. In der Leitungsfunktion übernehmen Sie Verantwortung und streben gemeinsam mit Ihrem Team höchste Qualität an. Dienstleistungsbereitschaft sowie Flexibilität sind für Sie selbstverständlich.

Voraussetzung für diese Stelle ist eine abgeschlossene Lehre als Diätköchin / Diätkoch ergänzt mit Erfahrung in der klassischen Gastronomie. Führungserfahrung ist zudem erwünscht.

Für Auskünfte steht Ihnen Daniel Wullschlegler,
Küchenchef Stv., Tel. 062 918 50 82
gerne zur Verfügung.

Luzerner Psychiatrie
Personalmanagement
Schafmattstrasse 1, 4915 St.Urban
Telefon 062 918 50 44/45

30660-10800

**Nähen Sie
12 Stunden
täglich solche
Hemden.
Eingespart
mit 10 weiteren
Kindern.
Bei 38 Grad.**

Traurige Realität für Millionen
ausgebeutete Kinder wie Sunita.
Sie können helfen. Jetzt auf tdh.ch

Terre des hommes
Kinderhilfe weltweit. tdh.ch

GIARDINO welcome home

Einzigartige, exklusive Hotels an besten Lagen zeichnen die GIARDINO HOTEL GROUP aus. Jedes dieser Hotels übernimmt in den Konzepten und im Design Elemente der regionalen und kulturellen Vielfalt und interpretiert diese aufs Neue. Die GIARDINO Welt bedeutet positives Lebensgefühl, Harmonie und Aufgeschlossenheit. Werden Sie Teil eines innovativen Teams, in welchem Inspiration, Spass und Exzellenz gelebt wird.

Für das Hotel GIARDINO MOUNTAIN in Champfer/St.Moritz suchen wir ab Mai/Juni 2014 eine/n:

F&B MANAGER UND VIZEDIREKTOR (M/W)

Sie verfügen über eine gute Ausbildung im Bereich Food & Beverage und haben entsprechende Berufserfahrung?
Sie sind passionierter Gastgeber verfügen über ein gepflegtes und sicheres Auftreten und sprechen Deutsch und Englisch?
Zudem können Sie Mitarbeiter und Gäste begeistern und haben eine Affinität zur Luxushotellerie?
Und Sie zeichnet das bisschen Mehr aus, das auch uns auszeichnet?

Dann erwarten wir mit Spannung Ihre komplette Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Arbeitszeugnissen.

KONTAKT:

Katrin Rüfenacht, Resident Manager GIARDINO MOUNTAIN
k.ruefenacht@giardino-mountain.ch

Für die GIARDINO GROUP AG in Ascona suchen wir ab April 2014 eine/n:

HUMAN RESOURCES MANAGER (M/W)

Als Human Resources Manager der GIARDINO GROUP sind Sie verantwortlich für ca 280 Mitarbeiter der GIARDINO Hotels und Restaurants im Tessin.

Sie verfügen über eine gute Ausbildung im HR Management und haben entsprechende Berufserfahrung?
Sie sind passionierter Dienstleister, verstehen die Zusammenhänge und Abläufe verfügen über ein gepflegtes und sicheres Auftreten und sprechen Deutsch, Italienisch und Englisch?
Zudem können Sie Mitarbeiter begeistern und haben eine Affinität zur Luxushotellerie?
Und Sie zeichnet das bisschen Mehr aus, das auch uns auszeichnet?

Dann erwarten wir mit Spannung Ihre komplette Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Arbeitszeugnissen.

KONTAKT:

Philippe & Daniela Frutiger, CEO GIARDINO GROUP SA
p.frutiger@giardino-group.ch

GIARDINO GROUP SA | Viale B. Papio 1 | CH-6612 Ascona | www.giardinohotelgroup.ch

30662-10782

Für renommiertes Gourmetrestaurant gesucht

Chef de Partie m/wSihlhaldenstrasse 70
8136 Gattikon

30644-10783

Wir suchen per sofort oder n.V. ein

Demi Chef de Rang m/w 100%
Jobcode hoteljob.ch: J73459Jungfrau Hotel Wilderswil
Schulgässli 51, 3821 Wilderswil
033 845 85 00, Eric.Ahrend@jungfrau-hotel.ch

30654-10788

Für nur 150.- Franken können Sie hier ein

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

Schweizer Hotel-Datenbank
www.swisshoteldata.ch



Das umfassende Hotelverzeichnis
der Schweizer Hotellerie

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

SVIZZERA ITALIANA

SUISSE ROMANDE



Il Grand Hotel Villa Castagnola au Lac, l'unico albergo 5 stelle superior a Lugano, rinomato 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 suite, il ristorante gastronomico «Le Relais» con terrazza sul giardino, il Ristorante Galleria «Arté al Lago» con 1 stella Michelin, sale banchette e conferenze nonché due residenze.

Per potenziare il nostro team di lavoro cerchiamo

Collaboratore Eventi e Food & Beverage

Compiti

- Collaborare in tutti i lavori del dipartimento degli eventi dalle offerte alla fatturazione
- Coordinare il buon funzionamento delle apparecchiature tecniche delle sale di conferenza
- Offrire supporto tecnico nello svolgimento delle manifestazioni
- Collaborare con gli Chef di Cucina e i Maître d'Hôtel all'elaborazione dell'offerta F&B
- Coordinare la stampa delle offerte F&B
- Controllare gli standard di qualità
- Supervisionare e elaborare gli inventari F&B
- Coordinare i data-base nei sistemi «Micros»
- Coordinare il lavoro con i reparti coinvolti
- Trasmettere le informazioni a tutti i dipartimenti coinvolti
- Organizzare il controllo mensile dei Food Cost

Vostro profilo

- Titolare di un diploma di formazione alberghiera
- Esperienza rilevante nell'organizzazione di eventi e nelle attività di Food & Beverage
- Dinamicità, flessibilità, motivazione e spirito d'iniziativa
- Senso dell'organizzazione, pianificazione e leadership
- Ottima conoscenza d'italiano, tedesco, francese e inglese sia a livello scritto che parlato, eccellenti capacità redazionali
- Costituire un titolo di favore la conoscenza del programma riserve alberghiere Fidelio Suite 8

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

30650-10785



Le Service de la Restauration du CHUV est chargé d'assurer une alimentation et un service parfaitement adaptés aux demandes de ses clients internes et externes. Cette mission exige à la fois rigueur et souplesse d'esprit, ainsi qu'une grande capacité d'adaptation.

Afin de renforcer son équipe, nous recherchons deux :

Cuisiniers/-ières diététiciens/-nes

- 1 poste à 100%, CDI
- 1 poste à 100%, CDD d'une année

Activités principales:

- Préparation de mets chauds et froids, normaux et diététiques.
- Encadrement de personnel de production/entretien.
- Participation à la formation des apprentis.
- Assurer le respect et l'application des règles d'hygiène en vigueur dans l'institution.

Exigences du poste :

- CFC de cuisinier en diététique.
- Avoir le sens de l'organisation.
- Etre à l'aise dans les tâches de production et de gestion des matières premières.
- Savoir appliquer les principes d'autocontrôle (ODAI).
- Etre capable de s'intégrer au sein d'une grande brigade.

Entrée en fonction : 1^{er} avril 2014 ou date à convenir.Renseignements : M. Jean-Jacques Rensch, chef cuisine
secondaire, tél. 021 314 58 60.

Délai de postulation : 17 février 2014.

Département de la Logistique hospitalière du CHUV, Ressources Humaines, réf. 2718, Mont-Paisible 18 - 1011 Lausanne

visitez notre site : www.chuv.ch - rubrique emplois

30689-10805

STELLENVERMITTLUNGEN

PERSONALSUCHE... leicht gemacht!!!
www.adsjob.com

Stellenplattform - Hotellerie - Gastronomie
Tel. 081 382 21 23 / info@adsjob.com
Personalvermittlung Personalrekrutierung

30611-10767

STELLENGESUCHE

Küchenmeister/Betriebswirt mit internationaler Berufserfahrung als Vertretung per sofort frei.
Handy: 0039-3349675724
aushilfskochbernd@hotmail.com

30653-10787

ANZEIGEN

Verkauf aus Restaurant-Liquidation
- Antikmöbel
- Schmiedearbeiten (handgemacht)
- Und vieles vieles mehr ...
Auskunft unter 079 662 14 63

30650-10784



CASTELLO DEL SOLE
ASCONA



Das Castello del Sole ist eines der führenden Hotels der Südschweiz. Es wurde mehrmals als Ferienhotel Nr. 1 in der Schweiz ausgezeichnet, unter anderem im Hotel-rating der Sonntagszeitung. Unser Restaurant «Locanda Barbarossa» (à la carte) ist mit 18 GaultMillau Punkten sowie 1 Michelin Stern bewertet. Der Exklusive SPA-Bereich verfügt über eine Fläche von 2'500m². Den Gästen werden 38 luxuriöse Suiten und Junior-Suiten sowie 43 Zimmer angeboten. Der einzigartige Resort umfasst 14ha.

GESTALTEN SIE MIT UNS DIE SAISON 2014.
SAISONDAUER VOM 4. APRIL BIS 20. OKTOBER!

Folgende Stellen sind durch kompetente und teamfähige Mitarbeiter zu besetzen:

RECEPTION	2. CHEF DE RÉCEPTION D.E.F.I
SPA & BEAUTY	MASSEURIN D.E.F.
HOUSEKEEPING	2. ETAGENGOUVERNANTE
LOCANDA BARBAROSSA	SOMMELIER / 2. MAÎTRE

Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an Frau F. Rechsteiner, Leiterin Human Resources. Wir freuen uns, mit Ihnen zusammen unsere anspruchsvollen Gäste empfangen und verwöhnen zu dürfen.


«GAULTMILLAU HOTEL DES JAHRES 2007»
CASTELLO DEL SOLE

HOTEL CASTELLO DEL SOLE - CH-6612 ASCONA
TELEFON +41 91 791 02 02 - FAX +41 91 792 11 18
www.castellodelsole.com - info@castellodelsole.ch



30678-10789

hôtel palafitte

NEUCHÂTEL SWITZERLAND

L'hôtel Palafitte, seul hôtel de luxe en Europe construit sur l'eau a ouvert ses portes au printemps 2002, au bord du lac de Neuchâtel. Dans un site exceptionnel empreint de magie et de beauté, Palafitte propose un concept hôtelier unique : luxe discret, originalité, harmonie de l'aménagement et qualité de l'accueil s'allient à une technologie de pointe.

Afin de compléter les équipes de notre nouveau restaurant « La Table de Palafitte », nous recherchons pour une entrée dès que possible :

- **Un Assistant Maître d'hôtel (H/F)**
Français/Allemand/Anglais

Directement rattaché(e) au responsable du restaurant et dans le cadre de vos fonctions, vous aurez la responsabilité d'organiser et contrôler la mise en place et le déroulement des différents services. Vous serez chargé(e) d'encadrer les équipes sur le terrain, d'assister le responsable dans ses diverses tâches et de participer au développement du département.

- **Un Chef de rang en charge de l'accueil (H/F)**
Français/Allemand/Anglais

Directement rattaché(e) au Responsable du restaurant et dans le cadre de vos fonctions, vous aurez la responsabilité de gérer les réservations et d'accueillir les clients pour le service du midi et du soir. Vous participerez activement à l'ensemble des activités du département et serez chargé(e) de la mise à jour des cartes des mets du restaurant.

- **Un Chef de rang (H/F)**
Français/Anglais (Allemand un atout)

- **Un Chef pâtissier (H/F)**

Sous la responsabilité du Chef de cuisine, vous serez en charge de la préparation, la confection et le dressage sur assiettes des desserts et des pâtisseries. Vous serez responsable de votre partie et assurerez la gestion des stocks.

- **Un Chef de partie (H/F)**

Diplômé(e) d'une école professionnelle / CFC / CAP / BEP / BTS ou d'une formation équivalente, vous avez impérativement acquis une expérience de 2 ans minimum sur une fonction similaire dans un établissement de luxe.

Doté(e) d'une excellente présentation, perfectionniste, autonome et flexible, vous êtes prêt(e) à vous investir de manière polyvalente et à porter main forte dans le développement des affaires.

Votre dynamisme, votre intégrité et votre esprit d'équipe sont des qualités indispensables pour ces postes.

Si vous êtes sensible à un environnement stimulant et à la progression personnelle, alors rejoignez nos équipes et transmettez votre candidature au plus tôt au bureau des ressources humaines de notre hôtel partenaire :

Beau-Rivage Palace - Place du Port 17/19 - 1006 Lausanne

Tél. 021 613 34 42 / rh@brp.ch

Interlocutrice : Madame Sélima-Léa Galland, Responsable du recrutement

30683-10803

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

PCI-DSS-ZERTIFIZIERUNG



ISTOCK

Die Zahlung an der Réception ist in den meisten Fällen das letzte Erlebnis des Gastes im Hotel und prägt damit entscheidend den Eindruck, der beim Gast übrig bleibt. Deshalb muss er seine Rechnung einfach und schnell begleichen können. Die bargeldlose Zahlungsabwicklung mittels Kredit- und Debitkarten bietet dafür die besten Voraussetzungen.

Standards sorgen für Sicherheit

Aller Zahlungskomfort für die Gäste wäre aber nichts wert ohne echte Sicherheit. Dass diese bei jeder Kartentransaktion gegeben ist, dafür sorgen die so genannten Payment Card Industry Data Security Standards (PCI DSS). Seit Ende letzten Jahres müssen alle Hotels diese weltweit gültigen Sicherheitsstandards der internationalen Kreditkartenorganisationen zwingend erfüllen. Sie tragen dazu bei, Kreditkartendaten besser zu schützen und sorgen so für mehr Sicherheit im bargeldlosen Zahlungsverkehr. Die zertifizierte Datensicherheit führt überdies zu einem grösseren Vertrauen bei den Gästen und bewahrt Hoteliers vor

finanziellen Schäden und Schadenersatzforderungen im Falle von Datenmissbrauch. Halten sich Hotels jedoch nicht an diese Standards und lassen sich nicht entsprechend zertifizieren, können sie haftbar gemacht werden.

Online-Plattform für Hoteliers

Die Acquirer unterstützen ihre Vertragspartner dabei, die Anforderungen der PCI DSS zu erfüllen. So können sich Hoteliers z. B. auf der speziell eingerichteten Internetplattform www.pciplatform.concardis.com registrieren, um sich dort unkompliziert prüfen und zertifizieren zu lassen. Die Zertifizierung erfolgt über einen Fragebogen: Er verlangt vom Hotelbetreiber beispielsweise Angaben zur Sicherung bestehender Computernetzwerke und der gesamten Datenverarbeitung sowie zur Verwendung von Passwörtern. Durch die Beantwortung des Fragebogens über die Plattform sparen Hoteliers nicht nur Papier, sondern auch Zeit, da die Prüfung der Konformität direkt im System vorgenommen wird. Zusätzlich entfallen die Postlaufzei-

ten. Über diese Website können Gastbetriebe auf dieselbe Weise auch den jährlichen Nachweis erbringen, dass sie die Sicherheitsstandards fortlaufend einhalten.

Auf dieser Plattform finden Vertragspartner ausserdem zusätzliche, umfassende Informationen über einzuhaltende Auskunft- und Dokumentationsprozesse. Für weitere Informationen steht der jeweilige Acquirer gerne zur Verfügung.



Rainer Sureth
Präsident Verwaltungsrat
ConCardis Schweiz AG
www.concardis.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

30236-10016

Mehr Immobilieninserate auch online unter

www.htr.ch/immobilien

Für nur 150 Franken ist Ihre Immobilie einen Monat online abrufbar.

Er besiegt den Hunger mit Bio-Landbau.



Per SMS 20 Franken für Kleinbauern-Familien in Myanmar (Burma) spenden: **Mit 20** an 488.



SWISSAID
Ihr mutiges Hilfswerk.