

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 6

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: 09.08.2025

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



Zürich

ist die aktuelle Station von Werner Knechtli, der im «Radisson Blu» als General Manager engagiert und seit 30 Jahren für die Rezidor Hotel Group tätig ist.

Seite 3

Basel

will mit einem neuen Konzept zahlungskräftige Kongresstouristen anlocken und der Hotellerie neue Impulse verleihen.

Seite 4

Le Locle

bietet mit dem Projekt «Time Explorer» eine neue touristische Attraktion.

Seite 10

St. Moritz

gab Starköchen aus aller Welt am Gourmet-Festival ein Stelldichein. Der israelische Chef Moshik Roth begeisterte die Gäste mit ausgefallenen Kreationen.

Seite 19

Inhalt

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

Olympische Winterspiele 2014

Auf nach Sotschi

Die Schweiz will in Russland unabhängig vom Medaillenspiegel glänzen. Auch touristisch.

Theres Lagler

In den kommenden zwei Wochen steht Russland im Scheinwerferlicht: Sportler aus aller Welt messen sich an den Olympischen Winterspielen 2014. Den Grossevent nutzen wollen auch die offizielle Schweiz und die Schweizer Tourismusbranche. Präsenz Schweiz, die Image-Agentur des Bundes, hat ein mobiles «House of Switzer-

land» entwickelt, das gut sichtbar im Eingangsbereich des Olympiaparks in Sotschi steht. Schweiz Tourismus, St. Moritz Tourismus und die Swiss Deluxe Hotels sind die touristischen Partner. Sie alle versprechen sich viel vom russischen Markt. Die Logiernächte von russischen Gästen in der Schweiz sind in den letzten zehn Jahren stetig ange-

stiegen. Zürich und Genf sind die beliebtesten Reiseziele, gefolgt von Wintersportorten. Gemäss ST sind die Russen aber offen für neue Destinationen. Die Tourismusorganisationen geben nicht bekannt, wie viel sie sich den Auftritt kosten lassen. Präsenz Schweiz verfügt über ein Budget von 3 Millionen Franken.

Seite 5, 7

Kommentar

VJC-Poker: Eine Belastung für die betroffenen Betriebe



Gery Nievergelt

Es ist irgendwie paradox: Die schweizerische Hotelbranche befindet sich im Auf- und Umbruch. Mit dem Chedi in Andermatt, dem Intercontinental in Davos oder dem «W» in Verbier werden in der Ferienhotellerie neue Massstäbe gesetzt. Doch in den Schlagzeilen sind seit Wochen die vier altherwürdigen Häuser der Victoria-Jungfrau Collection.

Es zeigt sich wieder einmal, wie viel Emotionalität in das Geschäft mit der Beherbergung hineinwirkt. Das Portefeuille der VJC ist fast einmalig schmackhaft, es kann zum Träumen verführen. Zugreifen wollen derzeit die Hoteliersfamilie Manz und die Spitalgruppe Aavis. Man überbietet sich gegenseitig beim offerierten Aktienpreis; mittlerweile liegt das Angebot bei 310 Franken pro Aktie.

Werden die vier noblen Häuser zu Spekulationsobjekten degradiert? Von der Familie Manz weiss man immerhin in etwa, wohin die Reise gehen soll. Gerne vernähme man gelegentlich auch von Aavis und vom VR der VJC etwas konkretere, was mit den Hotels geschehen soll, und wie man deren Zukunft nachhaltig zu sichern gedenkt.

Die Unsicherheit wird zunehmend zur Belastung für die Direktoren und Mitarbeitenden der betroffenen Betriebe. Es ist in dieser Situation schier unmöglich, «Gas zu geben», um auf die Erfolgsspur zurückzukehren. Vor allem im Victoria-Jungfrau Interlaken müsste investiert werden. Jetzt.

Seite 2

Unfallprävention im Schneesport

Ein Restrisiko bleibt allemal

Der Anblick eines Rettungshelikopters oder eines Rettungsschlitens im Skigebiet weckt oftmals unguete Gefühle. Einfach aus der Welt schaffen lässt sich der Einsatz von Rettungskräften leider nicht, obwohl Bergbahnen viel in die Unfallprävention investieren - mit besserer Pistenpräparation, Beschneigungsanlagen, Absperungen und Informationen über Gefahren und gefährliche Routen. Nur, der Erfolg dieser Massnahmen wird durch den zunehmenden Trend zum Freeriden abseits der Piste relativiert. Der Reiz, unberührte Schneehänge als Erster zu befahren, ist für manchen Skifahrer besonders gross. Dank verbesserter Ausrüstung gehen Skifahrer und Snowboarder grössere Risiken ein. Dies wirkt sich auch in Form von höheren Tempi auf der Piste aus. Selbst wenn die Bergbahnen alle erdenklichen Massnahmen zur Vermeidung von Unfällen treffen, gänzlich ausschliessen lässt sich das Risiko im Schneesport nicht. axg/ste

fokus Seite 11 bis 13



Freerider abseits der Piste nehmen bewusst grössere Risiken in Kauf.

swiss-image.ch/Christian Perret

Online-Bewertungen

Gäste vertrauen dem «Kronenhof»

Bei der Abreise ermuntert man die Gäste aktiv zur Bewertung, positive Online-Kritik wird im direkten Kontakt verdankt und auf negative schnellstmöglich reagiert: Direktor Marc Eichenberger erzählt, wie das Grand Hotel Kronenhof Pontresina bei Tripadvisor zu seinen Spitzenbewertungen kommt. sag

Seite 17

Luftfahrt

Easyjet's Höhenflug in Genf

Der Flughafen Genf spielt für Easyjet eine sehr bedeutende Rolle. Inzwischen fliegt der Low-Cost-Carrier ab Genf 60 Zielflughäfen an. Und 2013 stieg die Anzahl Passagiere um 8,8% auf über 6 Millionen. Mit 42% aller Starts auf dem Genfer Flughafen liegt Easyjet weit vor der Swiss. Damit gibt man sich aber noch nicht zufrieden. Wie Easyjet-Schweiz-

Chef Thomas Haagensen gegenüber der htr erklärt, sollen die Frequenzen auf den bestehenden Flugrouten gesteigert werden. Während mit den Genfer Tourismusverantwortlichen ein freundschaftliches Verhältnis bestehe, kritisiert Haagensen Schweiz Tourismus, da die Marketingorganisation einen Exklusivvertrag mit Swiss abgeschlos-

sen habe. Kein Interesse signalisiert der Easyjet-Schweiz-Chef am soeben erschienenen Buch «easyjet» des Genfer Autors Alexandre Friederich. Es handle sich um einen geschickten PR-Auftritt des Autors. Und das Unternehmen sei im Rahmen der Recherchen nicht kontaktiert worden. aca/dst

Seite 7

Täglich aktuell: www.htr.ch

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



9 771662 334000 06

ANZEIGE

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.

HOTELA
WWW.HOTELA.CH

Aus der Region

Wallis

Guter Start für Obergoms Tourismus



An der ersten Generalversammlung der Obergoms Tourismus AG war Positives zu vermelden. Dank der Hotellerie und der Ferienwohnungen nahmen die Logiernächte in den sechs Gemeinden des Obergoms um 1% zu. Auch der Umsatz der Loipe Goms konnte deutlich gesteigert werden, und die aktuelle Winterreise verspricht, das Vorjahresergebnis der Loipe Goms nochmals zu übertreffen.

Projekt Aminona muss angepasst werden

Die Investoren dürfen im Luxus-Resort Aminona bei Crans-Montana nicht so viele Chalets bauen wie ursprünglich geplant. Beschwerden des WWF und der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz wurden vom Bundesgericht teilweise gutgeheissen. Die Bewilligung für den Bau von über einem Dutzend Chalets wurde wegen der Gefahr von Lawinen-niedergängen annulliert. Das Projekt der russischen Gesellschaft «Aminona Luxury Resort and Village» umfasste anfänglich gegen 220 Luxusapartements, 500 Hotelzimmer sowie zwischen 30 und 45 individuelle Chalets.

Graubünden

Widerstand gegen Verbindungsbahn im Engadin

Die Verbindung der Engadiner Skigebiete Corviglia und Corvatsch durch eine Hahnensee-bahn wird durch die Umwelterbände abgelehnt. Ein solcher Eingriff könne nicht durch den Abbruch der Bergbahnen auf die Lagalp kompensiert werden, argumentieren WWF, Pro Natura und die Stiftung für Landschaftsschutz Schweiz. Diese Umwelterbände gehen davon aus, dass die Eidg. Natur- und Heimatschutzkommission zum gleichen Schluss kommt.

Ingo Schwegler vom Belvédère Davos tritt zurück



Noch war es bei Redaktionsschluss nicht offiziell, doch die Quellen sind glaubwürdig: Mit Ingo Schwegler vom Grandhotel Belvédère Davos tritt ein weiterer GM der Schweizer Steigenberger Hotels zurück. Der Grund für den Entscheid ist offenbar privater Natur - Schwegler hat sein familiäres Umfeld in Frankfurt. Mit dem Faux-pas eines Kellners («Schweis Kapitalisten»), der über Weihnachten zu reden gab, habe der Abgang Schweglers nichts zu tun, wird versichert. gn

Die Grenzen versetzt

Bündner Nusstorte statt St. Galler Biberli: Die Sektion Bad Ragaz-Taminatal wechselt den Kanton und schliesst sich dem Regionalverband hotellerieuisse Graubünden an. «Hochzeit» gefeiert wurde im Grand Resort.

GERY NIEVERGELT

Premiere an der 95. Delegiertenversammlung der hotellerieuisse Graubünden, die am vergangenen Freitag über die Bühne ging. Erstmals fand der Anlass in Bad Ragaz und somit ausserhalb der Kantons-grenzen statt. Der Grund für das «Fremdgehen»: das Aufnahme-gesuch der Sektion Bad Ragaz-Taminatal, wo man sich allein schon aus geographischen Gründen den Bündnern sehr viel näher fühlt als den Sankt Gallern und damit dem Regionalverband Ostschweiz. In der «Tourismusregion Heidiland» wird ja bereits seit geraumer Zeit «grenzüberschreitend» zusammen-gearbeitet.

Das Begehren, ursprünglich vom damaligen Grand Resort-Direktor Riet Pfister lanciert, stiess bei den ins Bad Ragazer Luxus-hotel gereisten Bündner Hote-

liers auf offene Ohren. Das Aufnahme-prozedere dauerte nicht einmal eine Minute, was dem anwesenden Gemeindepräsidenten von Bad Ragaz, Daniel Bühler, einen Stossseufzer entlockte: «Wäre es doch auf politischer Ebene auch so einfach, dem Kanton Graubünden beizutreten.» Gerade für den Tourismus, so der Lokalpolitiker, werde im Kanton St. Gallen viel zu wenig getan.

Doch allgemein herrschte an der von nicht weniger als 230 (!) Delegierten und Gästen besuchten Versammlung eine gute, harmonische Stimmung. Locker und beschwingt arbeitete Ernst Wyrsch als Präsident von hotellerieuisse Graubünden die

Traktandenliste ab. In seiner frei gehaltenen Rede blickte er optimistisch in die Zukunft der Branche, legte den Bündner (Ferien-) Hoteliers jedoch nahe, trotz der



«Austauschbare Hoteliers werden in der Schweiz künftig auf der Strecke bleiben.»
Ernst Wyrsch
hotellerieuisse Graubünden



Hotel Grand Resort Bad Ragaz: auf St. Galler Boden, aber in Graubünden daheim.

(zu) vielen Managementaufgaben den täglichen Kontakt mit den Gästen nicht zu vernachlässigen. Es brauche in Zukunft sogar noch mehr Betreuungsaufwand, denn, so Wyrsch, «die zur Generation Y zählenden, nach 1980 Geborenen erwarten, dass wir Hoteliers schon wissen, was sie wollen.» Wie aber lässt sich die hierfür benötigte Zeit gewinnen? «Wir müssen endlich lernen, konsequenter zu delegieren», forderte der Präsident.

Bündner Hoteliers sind Pioniere bei der CO2-Befreiung

Was kam an der DV noch zur Sprache? Geschäftsführer Jürg Domenig berichtete mit berechtigtem Stolz vom Erfolg des von

hotellerieuisse Graubünden lancierten Projekts «Leuchtturm - Steigerung der Energieeffizienz in der Bündner Hotellerie». Immer mehr Hoteliers nehmen an einem Programm der Energieagentur der Wirtschaft (EnAW) teil und können sich so von der CO₂-Abgabe befreien lassen.

Melodisches aus Chur, ein wenig Provokation aus Zürich

Gewählt wurde auch, es galt, den Vorstand des Regionalverbands zu komplettieren. Neu im Gremium sitzen Jürg Degiacomi vom Romantik Hotel Chesa Salls in Bever, Toni Morosani von Morosani Hotels Davos, Christoph Schmidt vom Romantik Hotel Schweizerhof in Flims und - als

Vertreter für die neu aufgenommene, in «Bad Ragaz und Umgebung» umgetaufte Sektion Patrick Zettel, Hotel Schloss Ragaz.

Davor hatte die Churer Sängerin Martina Hug mit einem mit Schweizer Evergreens gewürzten Liederprogramm überzeugt, und am Schluss kam als Gastredner der Zürcher Joel Meier zu Wort, Präsident des Vereins Streetparade. Seine Tipps an die Hoteliers («Gärtnern oder backen Sie mit Ihren Gästen», «Organisieren Sie gute Events, holen Sie die Gäste emotional ab») waren nicht ganz so originell oder provokativ wie von Ernst Wyrsch erhofft. Macht nichts. Beim anschließenden Apéro hob man die Gläser auf das frisch getraute «Hochzeitspaar».

Die Hoteliersfamilie will es wissen

Im Übernahmekampf um die VJC-Hotels hat die Familie Manz erneut vorgelegt. Nun erwartet sie vom Verwaltungsrat der VJC eine substanzielle Antwort.

GERY NIEVERGELT

Das beste Angebot für eine VJC-Aktie liegt derzeit bei 310 Franken und stammt von der Swiss Private Hotel AG der Hoteliersfamilie Manz. Das sind fünf Fran-

ken mehr als der Mitte Januar von der Konkurrentin Aavis offerierte Preis. Die fällige zweite Stellungnahme des VJC-Verwaltungsrats an die Adresse von Manz ist spätestens am 13. Februar fällig.

Dabei interessiert nicht nur die Empfehlung, sondern auch, wie die Begründung lautet. Während der VJC-VR für die Spitalgruppe warme Worte fand, wurde das erste Angebot der Swiss Private Hotel denkbar kühl abgelehnt.

Das sorgte bei der Hoteliersfamilie für Irritationen. Alexander Manz bedauert, dass nur mit dem Preis argumentiert werde. So entstehe der Eindruck, der VR der



Irritiert über den VJC-VR: Alexander Manz. Graziaella Vigo, Milano

VJC sei vor allem an der Höhe des Aktienpreises interessiert und weniger an einer langfristigen Lösung für seine Häuser. Damit würde er der Tradition der VJC Hotels nicht gerecht und fördere spekulative Angebote.

Tatsächlich ist über Strategien zur nachhaltigen Gesundung der vier Betriebe allgemein wenig bekannt. Im Dunkeln liegt etwa, was die Spitalgruppe Aavis mit dem Kauf der Häuser bezweckt. Etwas mehr weiss man von den Intentionen der Familie Manz. Sie bekennt sich zur Tradition der Schweizer Hotellerie und will den Charakter der Betriebe erhalten.

Ihr Hauptargument: Im Gegensatz zur Konkurrentin verfüge sie über jahrzehntelange Erfahrung in der Hotellerie und wisse, wie man damit Geld verdiene.

Fraglich ist, ob der Preis für die Familie nicht doch zu hoch ist. Alexander Manz bestreitet nicht, dass es sich um ein teures Engagement handle. Aber das Familienunternehmen könne es sich aufgrund einer gesunden Kapitalbasis leisten, langfristig zu denken. Allein in den letzten sechs Jahren habe man grösstenteils aus eigenen Mitteln über 50 Millionen Franken in eigene Betriebe investiert.

EHL und SSTH bauen gemeinsam neues integriertes Bildungsmodell auf

Neuer Verwaltungsrat und Experten-Taskforce als Geschäftsführung eingesetzt.

Nach der Übernahme von 75% des Aktienkapitals der Schweizerischen Schule für Touristik und Hotellerie AG (SSTH) in Passugg durch die EHL Lausanne hat sich der bisherige Verwaltungsrat der SSTH an seiner letzten offiziellen Sitzung aufgelöst. Gleichzeitig hat er die strategische Verantwortung für die Weiterentwicklung der SSTH dem neuen Verwaltungsrat unter Michel Rochat, Generaldirektor der EHL, übertragen. Im vierköpfigen Ausschuss sind ausserdem vertreten: Alex Angehrn (Vizepräsident und Vertreter hotellerieuisse), Jürg Domenig (Präsident Hotela) sowie Andreas Zillig (General Manager Hotel Schweizerhof, Lenzerheide). Oberstes Ziel ist der Aufbau eines kompletären, integrierten Lehrgangs von der

Berufslehre bis zum Masterabschluss in der Dienstleistungswelt, der optimal auf die Bedürfnisse sowohl der Lernenden wie auch der Hotel- und Hospitality-Branche ausgerichtet ist.

Mit der operativen Führung der Schule in einer Übergangsphase bis Juli 2014 ist eine Taskforce als Geschäftsleitung eingesetzt worden. Geleitet wird das achtköpfige Experten-Team von Chris Mason, dem früheren Chef für Human Resources der EHL. Das Team stellt sicher, dass die Lehrgänge und Studienpläne von SSTH und EHL perfekt aufeinander abgestimmt sind. Die Zusammenarbeit von EHL, SSTH und hotellerieuisse erlaube die Entwicklung eines neuen Laufbahnmodells in der Service-Industrie. dst

Neue Chance für Hotel Regina

Eine Gruppe um Peter Vollmer erwirbt das historische Hotel Regina in Müren. Es soll sanft renoviert und als einfaches Hotel weiter betrieben werden.

Bei den Käufern handelt es sich um eine kleine Gruppe von ehemaligen und gegenwärtigen Gästen des Hotel Regina, wie einer Medienmitteilung zu entnehmen ist. Über den Transaktionspreis sei zwischen Käufer- und Verkäuferschaft Stillschweigen vereinbart worden. Die neuen Eigentümer wollen sicherstellen, dass das rund 100-jährige Haus weiterhin als einfaches Hotel weiter betrieben werde. Der Vertreter der neuen Eigentümer, Peter Vollmer, ehemaliger Berner SP-Nationalrat und ehemaliger Direktor des Ver-

bandes öffentlicher Verkehr, spricht gegenüber der htr von einer «Herkulesaufgabe». Das Haus soll etappiert und sanft renoviert werden. Je nach Ausbaustandard seien dafür zwischen 2 und 8 Mio. Franken notwendig. Klar sei, so Vollmer, dass auch

nach dem Umbau nicht jedes Zimmer über Nasszellen verfügen werde. Das Haus habe bisher einen besonderen Geist und sei Treffpunkt der Kulturszene gewesen. Es soll wieder zu einem kulturellen Treffpunkt für Gäste und Einheimische werden. dst



Die neuen Eigentümer wollen das «Regina» sanft renovieren.

«Talente wandern ab»

Werner Knechtli, General Manager des Radisson Blu Zürich-Flughafen, über sein halbes Jahrhundert in der Hospitality-Branche und seine Sorgen um den Berufsnachwuchs.

ANDREAS GÜNTERT

Werner Knechtli, Sie haben im Lauf Ihrer Karriere acht Hotels eröffnet. Welches war das schwierigste Opening?

Das war 2007 in Bordeaux, wo ich ein wunderschönes Haus aus dem Jahr 1732 an der Place de la Comédie eröffnen sollte. Geplant war ein Radisson Blu Hotel, doch vier Monate vor der Eröffnung entschied sich der Besitzer anders. Er wollte nun plötzlich ein Regent haben. Was immens viele Änderungen mit sich brachte. Andere Uniformen, anderes Geschirr, Logo-Wechsel überall – wir hatten alle Hände voll zu tun; das Grand Opening musste viermal verschoben werden. Ich mag Frankreich sehr gerne – aber das war wirklich hart.

Was braucht es, damit eine Hotel-Eröffnung optimal gelingt?

Vor allem perfekte Planung. Sechs bis zwölf Monate vor Eröffnung sollte der General Manager mit seinem Kader-Kernteam vor Ort sein können, um Einstellungen zu tätigen und die Countdown-Pläne zu überwachen. Sehr wichtig ist auch eine gute Unterstützung vom Hauptsitz der Hotelbetreiberin.

Welches war Ihr schönstes Hotel-Opening?

Die Radisson-Eröffnungen in Berlin und Zürich. Bei beiden Häusern lief die Vorphase optimal, und wir hatten ein Produkt im Markt, das schnell akzeptiert und geschätzt wurde. Auch wenn es in Zürich kurz nach dem Start etwas schwierig wurde: Wir eröffneten am 1. August 2008, einen Monat später brach die US-Investmentbank Lehman Brothers zusammen – der eigentliche Beginn der Finanzkrise.

Wie betraf Sie das konkret?

Wir hatten zwei hervorragende erste Monate, konnten Maximalpreise durchsetzen und lebten auch gut vom Stadtzürcher «Overflow» – also denjenigen Gästen, die in der City aus Platzmangel nicht unterkamen. Mit Ausbruch der Finanzkrise war der Overflow schlagartig weg, Firmen reduzierten ihre Reisetätigkeit massiv – und wir sackten auf eine Belegung von 20 Prozent ab.

Wie traten Sie dem entgegen?

In solchen Situationen erreichen den General Manager oft relativ schnell Sparpläne vom Hauptsitz. Die setzten wir um. Es gelang uns dann auch, mit Corporate-Kunden neue Verträge auszuhandeln, das half sehr. Aber es waren harte Zeiten. 2011 sah es dann schon wieder sehr viel besser aus; im 2013 schlugen wir uns mit einer Belegung von 75 Prozent respektabel.

Die Zürcher Flughafenhotellerie war früher bekannt für Jahres-Auslastungen von über 80 Prozent. Das mag sein. Aber mir sind 75 Prozent Auslastung zu einem guten RevPAR lieber als 95 Prozent zum



Werner Knechtli würde für die Eröffnung des Radisson Blu in Andermatt mit sich reden lassen.

ZVG

Schleuderpreis. Heute liegt unser RevPAR konstant über demjenigen der regionalen Konkurrenz, darauf bin ich stolz.

Neben Ihrem Haus soll das Projekt «The Circle» entstehen, mit zwei Hyatt-Häusern. Ein Problem für Sie?

Der Baubeginn scheint sich in die Länge zu ziehen. Warten wir ab, was geschieht. Aber es ist schon so: Wenn zu unseren 330 Zimmern noch rund 500 von Hyatt hinzukommen, dann braucht es viel neues Geschäft, damit alle gut über die Runden kommen. Einen grossen Push dazu bemerke ich nicht in unserem Boutique-Städtchen.

Sie sprechen von Zürich?

Ja. Ohne ein neues Kongresszentrum wird nicht viel neues Geschäft in Stadt und Region kommen. Da schiebt man manchmal schon etwas neidisch nach Basel, wo sehr viel mehr punkto grosse Messen und Ausstellungen läuft.

Sie sind seit 40 Jahren in der Hospitality-Branche ...

... es sind eher 50. Für mich begann es schon 1964, als Jugendlicher servierte ich damals im Restaurant Bahnhöfli Schöftland während Fussballmatch-Pausen Tee. Als es dann darum ging, welche Lehre ich machen sollte, da sagte mein Vater: «Du musst Koch lernen. Das hat Zukunft, denn die Leute werden immer Hunger haben.»

Vater Knechtli irrte nicht. Was sich aber änderte: Die Hospitality-Branche ist bei jungen Schweizern nicht mehr so begehrt.

Das musste ich bei der Eröffnung des Radisson Blu am Flughafen Zürich selber erfahren. Ich war sehr enttäuscht darüber, wie wenig Einheimische sich damals für Kaderpositionen bewarben. Und es wurde nicht besser: In unserem aktuellen siebenköpfigen Kaderteam stammen nur zwei Personen aus der Schweiz. In der ganzen 180-köpfigen Belegschaft sind es zwei Drittel Deutsche und bloss ein Drittel Schweizer.

Weshalb das geringe Interesse an der faszinierenden Hotelwelt?

Wahrscheinlich, weil andere Branchen bessere Löhne bezahlen. Viele einheimische Talente wandern zudem von der Schweiz ins Ausland ab.

Viele Ketten-Hoteliers träumen davon, einmal ein eigenes, kleines Haus zu führen. Sie auch?

Ich hatte diesen Traum ab und zu. Aber natürlich kann niemand sagen, wie das herausgekommen wäre. Ich habe «no regrets», bedauere nichts. Zumal mir der langjährige Rezidor-Chef Kurt Ritter immer sehr gute Hotels anvertraute.

«Mir sind 75 Prozent Auslastung zu einem guten RevPAR lieber als 95 Prozent zum Schleuderpreis.»

Werner Knechtli
GM Radisson Blu Hotel, Zürich-Flughafen

In Andermatt wird ein Radisson Blu entstehen. Ein Eröffnungsfall für Sie?

Ich war kürzlich im Chedi Andermatt, das mich punkto Design und Konzept begeisterte. Wenn in Andermatt alle mitziehen und sich die Infrastruktur verbessert, hat das Grossprojekt von Samih Sawiris absolut die Chance, zum «Little St. Moritz» oder «Little Gstaad» zu werden.

Reizt es Sie, dort das Radisson Blu zu eröffnen?

Darüber habe nicht ich zu bestimmen. Aber ich würde mit mir reden lassen.

Standpunkt

Wie Jugendliche die Freude am Schneesport (neu) entdecken



BARBARA GISI *

Der Schnee – so er denn kommt – erfreut Jung und Alt, Einheimische und Touristen; nicht zuletzt wegen der guten Infrastruktur des Schweizer Wintersports. Entsprechend gross ist die Bedeutung des Schneesports ... noch. Bedauerlicherweise sinkt gerade bei den Jungen das Interesse seit Längerem, aus verschiedenen Gründen. So sind die Möglichkeiten der Freizeitgestaltung vielfältiger geworden. Und die virtuelle Welt eröffnet ein breites Tummelfeld – nicht alle

«Erlebnisse in der Gruppe sind für die Entwicklung wichtig.»

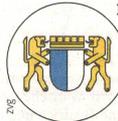
Kinder und Jugendlichen werden von Familie oder Schule mit dem Schneesport vertraut gemacht. Um diese Situation zugunsten des Schneesports zu verändern, haben sich verschiedene Akteure – Schweizer Tourismus-Verband, Seilbahnen Schweiz, Swiss Ski, Swiss Snowsports, Seco, Bundesamt für Sport – zusammengetan. Nach der Analyse der Situation werden nun Stossrichtung und Massnahmen definiert, damit die Jungen wieder Geschmack am Schnee finden. Sei es am klassischen Skifahren, aber auch an andern Wintersportarten, und vor allem am gemeinsamen Erlebnis mit Freunden und Kollegen im Schnee.

Forschungen der Neurologie belegen, dass konkrete, sinnliche Erlebnisse in der Gruppe für die Entwicklung wichtig sind und nicht durch virtuelle ersetzt werden können; das lässt hoffen. Zudem sind Begegnungen im Schnee mit Touristen aus andern Kulturen ein weiteres Plus.

* Barbara Gisi ist Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbandes.

Aufgefallen

Missglückte Toiletten-Strategie des Luzerner Stadtrates



Die Stadt Luzern hat einen «Masterplan öffentliche WC-Anlagen» – der allerdings sein Ziel bisher verfehlt hat.

In seiner Toiletten-Strategie wollte der Stadtrat die Kosten für den Betrieb und Unterhalt der öffentlichen WC-Anlagen in der Leuchtenstadt reduzieren. Statt mit 450 000 Franken sollen diese nur noch mit 360 000 Franken zu Buche schlagen. Die Schliessung von einzelnen Anlagen hat heftige und verzweifte Reaktionen provoziert. Nun räumt die Regierung in einer Interpellationsantwort ein, die Strategie habe das Sparziel verfehlt und sei zu überdenken. Bleibt zu hoffen, dass die neue Version des Masterplans nicht nochmals in die Hose geht.

Schweiz

Schneesport: Lenzerheide und Andermatt vorn

Von neun möglichen Standorten für das geplante Nationale Schneesportzentrum erfüllen laut Baspo Lenzerheide und Andermatt die im Vorfeld definierten Kriterien am besten. Der definitive Entscheid könne aber nicht allein auf der Grundlage des vorliegenden Evaluationsberichts gefällt werden. Zu berücksichtigen seien etwa finanzielle Aspekte und aktuelle parlamentarische Vorstösse zur Förderung des Schnee-, Leistungs- und Breitensports. Im ersten Halbjahr des laufenden Jahres will der Bundesrat eine Aussprache führen und weitere Schritte festlegen.

Schweiz hat wenig öffentliche Parkplätze

Nirgendwo sonst in Europa hat es so wenig öffentliche Parkplätze wie in der Schweiz. Zu diesem Schluss kommt die vom TCS ins Leben gerufene Mobilitätsakademie in ihrem internationalen Vergleich. Pro 1000 Personenwagen stehen in der Schweiz nur 84 bewirtschaftete Stellplätze zur Verfügung. In Deutschland sind es mehr als zweimal und in Schweden mehr als dreimal so viele. In Frankreich (86) und in Italien (89) gibt es nur leicht mehr öffentliche Parkplätze als in der Schweiz.

Positive Zeichen für Beschäftigung im Gastgewerbe

Der KOF-Beschäftigungsindikator ist um 1,5 Punkte gestiegen und liegt nun bei 0,6 Punkten. Im November lag er noch bei -0,9. Der leichte Anstieg gründet laut KOF/ETH auf der leicht optimistischeren Einschätzung der Beschäftigung in jenen Branchen, die zuvor eher negative Beurteilungen abgaben. Zwar planen vor allem Banken und das Gastgewerbe, wie auch die Industrie, weiterhin eher einen Stellenabbau. Doch die Indikatoren dieser Branchen sind näher an jene der Branchen herangerückt, welche in der jüngeren Vergangenheit Stellen geschaffen haben. dst

TODESANZEIGE

Zürich / F-Sabran, im Januar 2014

Die schmerzvolle Nachricht aus dem Hotel Château de Montcaud, Frankreich, hat uns mit Bestürzung erfüllt. Die Hoffnung war immer da, dass Rudy die Krankheit besiegen könne. Er war immer so aufgestellt und strahlte trotz Wissen um seine Krankheit eine ansteckende Zuversicht aus.

Rudy W. Baur

29. Juni 1937 bis 18. Januar 2014

Er ist im Schosse seiner Familie in Bagnols-sur-Cèze, ganz nahe seinem Château de Montcaud entschlafen. Wir wünschen Anne, seiner Frau mit ihren Kindern Léona und Armand, sowie Frédérique und Béatrice und der ganzen Familie und den Anverwandten viel Kraft für die Verarbeitung dieses Verlustes.

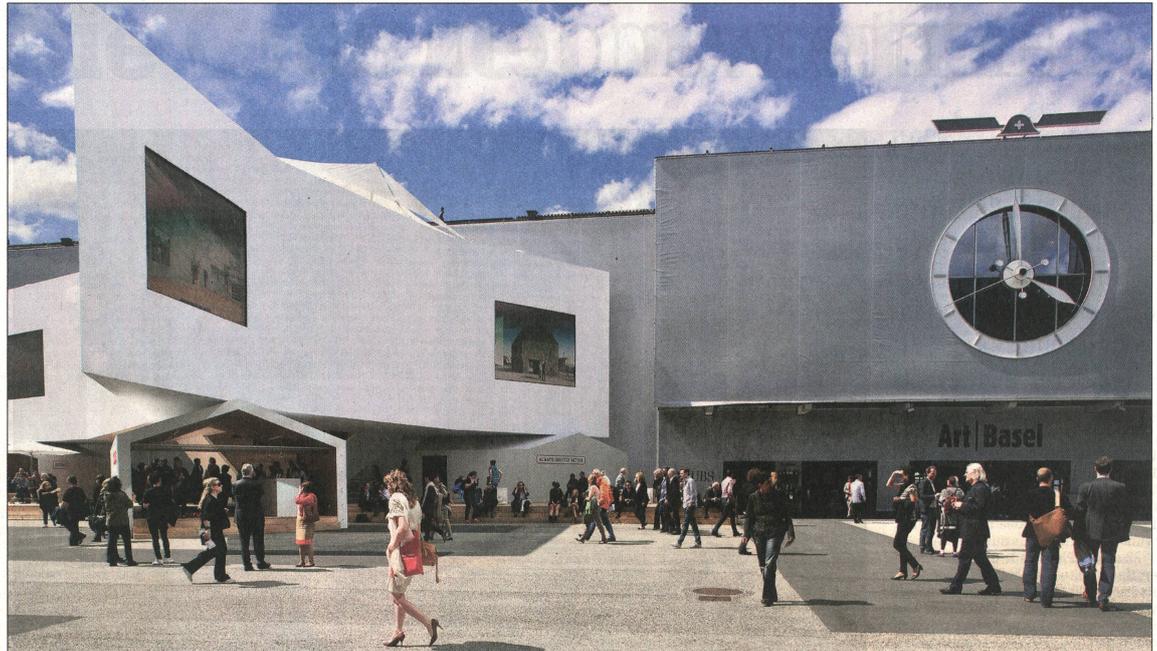
Mit Rudy W. Baur ist ein erfahrener, international tätig gewesener Hotelier und Gastgeber verstorben. Seine wichtigsten Lebensabschnitte erlebte er im Top-Management der Mövenpick-Gruppe, danach war er für eine Hotelgruppe in Kanada zuständig und später für die Leitung der Aga Khan Hotels. Vor 22 Jahren verwirklichte er dann seine Idee des Château de Montcaud. Er setzte sich für sein Werk bis zuletzt mit voller Kraft ein.

Wir werden ihn als Freund, engagierten Gastgeber und starken Kämpfer in bester Erinnerung behalten und ihm auch für die vielen schönen Stunden danken, die wir im einmaligen Château de Montcaud haben verbringen dürfen.

Verwaltungsrat und Aktionäre Château de Montcaud
und Freunde und Weggefährten von Rudy

Auf Wunsch der Familie findet am Donnerstag, 27. Februar 2014, um 17.00 Uhr, im Hotel Schweizerhof, in Zürich (vis-à-vis Hauptbahnhof), ein Gedenkanklass für Rudy W. Baur statt.

Traueradresse: Frau Anne Baur, Château de Montcaud, Hameau de Combe, F-30200 Sabran



Basel will sich in Zukunft nicht nur mit Messen wie der «Art» in Szene setzen, sondern vermehrt grosse und namhafte Kongresse beherbergen. MCH Messe Schweiz (Basel) AG

Basel setzt auf Kongress

Der Basler Tourismus setzt auf zahlungskräftige Kongresstouristen aus aller Welt. Von der neuen Offensive erhofft sich auch die Hotellerie einen Impuls fürs Geschäft.

DENISE MÜCHENBERGER

Basel-Tourismus-Direktor Daniel Egloff ist lange genug im Geschäft, um zu wissen, wie seine Branche tickt: «Der Geschäftstourismus ist abhängig von der Wirtschaftslage. Was wir beeinflussen können, sind der Freizeit- und der Kongresstourismus.» Bei Letzterem möchte Basel nun ansetzen und weitere Gäste nach Basel locken. «Wir haben im Kongresswesen ein grosses Potenzial, das wir aus-

schöpfen wollen», sagt Egloff. Die Basler Regierung unterstützt diese Vorhaben. Sie hat Anfang Januar rund 2 Millionen Franken für die Förderung des Kongresswesens gesprochen.

Die Stadt Basel, die sich mit der «Art» Basel und der «BaselWorld» als Messestadt etabliert hat, soll sich nun also auch zu einer Kongressmetropole mausern. Bis anhin finden jährlich um die 100 Kongresse in Basel statt, 10 bis 15 weitere pro Jahr mit bis zu 500

Teilnehmern sollen hinzukommen.

«Wir haben bereits eine Interessengemeinschaft Kongresse gebildet», sagt Egloff, darin vertreten seien die Universität Basel, mehrere Wirtschaftsvertreter, oder etwa das Basler Standortmarketing. Die IG Kongresse möchte das breite Know-how bündeln, und in gleich mehreren Branchen auf Veranstalter zugehen. «Die Uni Basel beispielsweise verfügt über ein breites Professorennetzwerk, und ist international gut vernetzt. Nun können wir dieses Netzwerk für die Akquise nutzen.»



«Das Zentrum befindet sich nicht in der Pampa, sondern mitten in der Stadt.»

Daniel Egloff
Direktor Basel Tourismus

lungsbedarf, für die zusätzlichen Kongresstouristen aufzurüsten.

Gutes Geschäft für die Hotellerie

Auch Petra Emmel, Direktorin des Hotels Ramada Plaza im Meseturm ist für die Zukunft bestens aufgestellt: «Wir haben die Meetingräume in den letzten Jahren renoviert und in die Infrastruktur investiert», sagt sie.

Dank der Nähe zum Zentrum würde ihr Hotel schon jetzt stark vom Kongresstourismus profitieren. «Von unserer Gesamtauslastung können wir fast 20% direkt auf Kongresse zurückführen, wobei dies natürlich von Jahr zu Jahr

schwankt.» Petra Emmel sagt, dass sie sich auf jeden Fall noch mehr Kongresse wünsche, da oftmals auch Tagungsräume, Catering und Abendessen dazu gebucht würden.

Bestehende, auch internationale Kongresse nach Basel zu holen, ist das eine Ziel der IG Kongresse. Sie möchte laut Daniel Egloff aber auch eigene Veranstaltungen organisieren. «Basel verfügt über zwei bis drei Branchen, die wir gründlich analysieren möchten.» Eine Konferenz für Museumsdirektoren aus ganz Europa sei denkbar, oder auch mehrtägige Fachveranstaltungen für Architekten aus aller Welt.

Egloff ist überzeugt, dass mit dem Kredit der Basler Regierung die Weichen gestellt sind, um aus der international anerkannten Messestadt Basel auch eine angesehene Kongressstadt zu machen. Dafür haben die Verantwortlichen nun vier Jahre Zeit.

Kongresse sollen zum Image der Stadt passen

Basel wolle jene Kongresse an den Rhein holen, die zum Image der Stadt passen und Basel noch besser positionieren würden. «Kongresse in den Bereichen Logistik und Life Sciences wären denkbar», erklärt Egloff. Man wolle keineswegs anderen Städten wie Genf oder Zürich die Kongresse «abluchsen», sondern eigene Schwerpunkte setzen.

«Eine Studie hat gezeigt, dass wir im Vergleich zu anderen Städten einige Trümpfe im Ärmel haben», sagt der Tourismusdirektor. Die Stadt Basel biete neben einem modernen Kongresszentrum mit einer Topinfrastruktur auch eine gute Erreichbarkeit. «Das Zentrum befindet sich nicht irgendwo in der Pampa, sondern mitten in der Stadt.»

Zudem seien genügend Hotels vorhanden, die den Anforderungen eines Kongresshotels mit Konferenzräumen und moderner Technik gerecht würden. «In den nächsten zwei bis drei Jahren kommen 700 weitere Hotelbetten dazu», sagt Egloff, der sich über die Kapazitätserweiterung von gut 19 Prozent freut. Somit bestehe in der Hotellerie kein Hand-

OSZE-Treffen Plattform für Basel, um sich international zu präsentieren

Anfang Dezember tagt der Ministerrat der Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE) für zwei Tage in Basel. Neben 57 OSZE-Aussenministern, rund 1200 Delegierten und Journalisten aus aller Welt werden rund 5000 Armeeangehörige und mehrere Hundert Polizisten aus der ganzen Schweiz in Basel erwartet.

Die Stadt hat sich beim Bund um die Durchführung des Ministerratstreffens bemüht, um sich auf der internationalen Bühne als Kongressstadt zu etablieren. Den Zuschlag empfand Tourismus-Direktor Daniel Egloff als riesige Chance: «Wir möchten in der Weltpolitik als der ideale Gastgeber überzeugen», sagt er. Egloff sieht auch für die Basler Hotellerie- und Gastronomiebranche eine spannende Plattform, um sich dem internationalen Publikum zu präsentieren. Um die Organisation der Unterkünfte sicherzustellen, wurde laut Egloff eine

externe Firma beauftragt. Egloff wird das Unternehmen mit seinem Basel-Tourismus-Team als Ansprechpartner bestmöglich unterstützen. «Beim OSZE-Kongress Anfang Dezember meinen wir, dass die Hotelkapazität in Basel-Stadt für die Delegationen ausreichen wird. Bei grösseren Kongressen müssen wir weitere Kreise anheben», so Egloff. Bei der Uhren- und Schmuckmesse BaselWorld wurden etwa jeweils acht Hotels in Zürich, Luzern oder Freiburg gebucht. Die beauftragte Firma hat bereits zum Luxushaus «Grand Hotel Les Trois Rois» Kontakt aufgenommen. «Wir haben schon jetzt Zimmer für OSZE-Gäste blockiert», sagt die Marketingverantwortliche des «Grand Hotel Les Trois Rois», Caroline Jenny. Wenn die hohen Politiker in dem 5-Sterne-Hotel nächtigen, sei beim gesamten Personal absolute Diskretion gefragt, «wir führen im Vorfeld entsprechende Schulungen durch». dm

Morgen beginnen in Russland die Olympischen Winterspiele 2014. Die Schweiz ist in Sotschi mit dem House of Switzerland präsent. Drei touristische Partner nutzen die Plattform.

Theres Lagler

Rund 2000 Besucher pro Tag erwartet Präsenz Schweiz im House of Switzerland in Sotschi während den Olympischen Winterspielen. Schweizer Athleten, Fans, Journalisten sowie nationale und internationale Olympia-Besucher sollen ein und aus gehen. Erstmals ist Präsenz Schweiz nicht in einer Liegenschaft eingemietet. Die Image-Agentur des Bundes, die für den Auftritt in Sotschi ein Budget von drei Millionen Franken aufweist, hat ein mobiles, wiederverwendbares Haus entwickeln lassen. «Wir zeigen bereits mit der Architektur eine moderne Schweiz, die Tradition und Innovation miteinander verbindet», erläutert Nicolas Bideau, Leiter von Präsenz Schweiz. «Zudem ist Nachhaltigkeit eine wichtige Botschaft, welche wir in Russland vermitteln wollen. Die mehrmals verwendbare Kommunikationsplattform und der Baustoff Holz untermauern dies.» Im Zentrum der diplomatischen Aktivitäten stehen die Feierlichkeiten zum 200-Jahr-Jubiläum der bilateralen Beziehungen zu Russland, die am Samstag von Bundespräsident Didier Burkhalter lanciert werden.

Schweiz Tourismus, Swiss Deluxe Hotels und St. Moritz sind vor Ort. Alte Beziehungen festigen und neue knüpfen wollen auch Tourismusverantwortliche aus der Schweiz. So ist Schweiz Tourismus (ST) erneut Partner von Präsenz Schweiz. «Wir nutzen die Gelegenheit in Sotschi, um auf die Schweizer Wintersportdestinationen aufmerksam zu machen», betont Mediensprecher Alain Suter. «Alle Besucher im olympischen Park haben eine Af-



Das House of Switzerland im Olympic Parc: Die Holzkonstruktion inmitten von Beton-, Stahl- und Glasbauten fällt auf. Bilder Präsenz Schweiz

Branche nutzt Auftritt in Sotschi

finität zum Winter». Das haben auch die russischen Gäste, die immer zahlreicher in die Schweiz reisen (siehe Tabelle unten). Seit einiger Zeit steigt aber auch der Anteil der Übernachtungen in der Sommersaison an. 2012 machte er gemäss ST bereits 43,5 Prozent der Hotellögnächte aus. «Russische Gäste zeigen eine Vorliebe für die natürlichen, kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten unseres Landes», führt Suter aus. «Wir sehen grosses Potenzial für bekannte Schweizer Destinationen in Quellmärkten ausserhalb der beiden Ballungszentren Moskau und St. Petersburg.» Zudem seien Moskau und

St. Petersburg reif für neue Produkte und neue Destinationen. Davon profitieren könnten die Swiss Deluxe Hotels. Der Verein, der 38 Fünf-Sterne-Hotels der Schweiz umfasst, ist erstmals Partner von Präsenz Schweiz an Olympischen Spielen. «Wir sind mit unserem Gästemaßazin und einem Video präsent. Zudem haben wir mit vier Hotels Spezialbroschüren in Englisch und Russisch realisiert», erläutert Stefan Wälchli, Senior Account Manager bei den Swiss Deluxe Hotels. Speziell ins Schaufenster gerückt werden das Arosa Kulm Hotel & Alpin Spa, das Grand Hotel Park Gstaad, das Hotel Guarda Golf in Crans-Montana und das Lausanne Palace & Spa. St. Moritz Tourismus ist der dritte Partner von Präsenz Schweiz. «Wir wollen in Sotschi 150 Jahre Wintertourismus und die Alpiner Skiweltmeisterschaften 2017, die für St. Moritz stehen, ins Spiel bringen», stellt Ariane Ehat, CEO von Engadin St. Moritz Tourismus, in Aussicht. Alle haben das gleiche Ziel: Sie wollen russischen Gästen eine Reise in die Schweiz schmackhaft machen.

Starkoch Mosimann soll kulinarisch für Furore sorgen
Apropos Geschmack: Im House of Switzerland sorgt das Team des Schweizer Starkochs Anton Mosimann fürs leibliche



Holz, Kristall und viel Licht: Treffpunkt im House of Switzerland.

Wohl der Gäste. Bereits während der Olympischen Sommerspiele in London war dies der Fall. Die Komplexität des Projekts sei mit ein Grund, weshalb Präsenz Schweiz in Sotschi erneut auf die Dienste von Mosimann zähle, erläutert Bideau. «Mehrere Mitarbeiter arbeiten seit über zwei Jahren daran, im House of Switzerland die kulinarische Seite der Schweiz in bestmöglicher Form aufzuzeigen.» Ein Grossteil des Teams rund um Projektleiter Philipp Mosimann, Sohn von Anton Mosimann, hat die Ausbildung in Hotelfachschulen in der Schweiz absolviert. Zwei davon sind noch in Ausbildung und sammeln in Sotschi wertvolle Erfahrungen.

Top 10 Zürich und Genf in der Gunst russischer Gäste

Zürich	89 254
Genf	88 281
Zermatt	38 369
St. Moritz	32 247
Montreux	22 879
Lausanne	20 467
Bad Ragaz	16 498
Luzern	13 604
Lugano	12 853
Basel	12 822

Die Logiernächtezahlen stammen aus dem Jahr 2012. Quelle: BfS/ST

Immer mehr Russen besuchen Schweiz

Jahr	Logiernächte	Veränderung in %
1999	128 629	-
2000	181 771	41,3
2001	209 733	15,4
2002	232 183	10,7
2003	239 996	3,4
2005	276 322	15,1
2006	327 918	18,7
2007	399 504	21,8
2008	456 995	14,4
2009	454 525	-0,5
2010	467 884	2,9
2011	513 754	9,8
2012	561 490	9,3

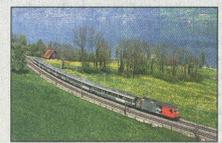
Die Zahlen 2004 fehlen, da die Statistik ein Jahr lang eingestellt war. Quelle: BfS/ST

Aus der Region

Zentralschweiz Beherbergungsabgabe in allen Zuger Gemeinden

Künftig sollen alle Gemeinden im Kanton Zug für Hotellübernachtungen eine Abgabe von 90 Rappen bis 2 Franken pro Person und Logiernacht erheben. Ein Teil der Abgabe soll dem Verein Zug Tourismus zugute kommen. Dies beschloss der Zuger Kantonsrat in der Detailberatung der Gesetzesänderung mit 48 zu 23 Stimmen. Die Gemeinden können seit 1990 eine Beherbergungsabgabe von bis zu 2 Franken erheben, sie sind aber nicht dazu verpflichtet.

Südostbahn will Gotthardstrecke befahren



wikimedia

Nach der Eröffnung des Gotthardbasistunnels will die Südostbahn (SOB) stündlich die Bergstrecke befahren. Zu diesem Zweck hat sie Bund und Kantonen ein Konzept für eine Direktverbindung von Arth-Goldau nach Lugano unterbreitet. Die SOB möchte die historische Strecke touristisch vermarkten. Beim Projekt «Treno Gotardo» greift die SOB auf ihre Erfahrungen mit dem «Voralpen-Express» zurück, wo sie den klassischen Pendlerverkehr mit den Bedürfnissen des Freizeit- und Tourismusverkehrs verzahnt hat.

Basel

Mehr Gäste im 2013 – Optimismus für 2014

2013 hat die Zahl der Übernachtungen in Basel-Stadt weiter zugelegt. Es wurden fast 24 000 Logiernächte mehr registriert als im 2012 (+2,2%). Zudem ist auch die Basler Hotellerie rentabler geworden. Je nach Kategorie, sei der Nettoertrag pro Zimmer um 3,6 bis 10,4% gestiegen. Für das laufende Jahr gibt man sich bei Basel Tourismus optimistisch. Allein schon der starke Kongresskalender könnte mit einem Plus von 2 bis 3% zu Buche schlagen.

International

Acron kauft das Hotel Gloria in Rio de Janeiro



ZVG

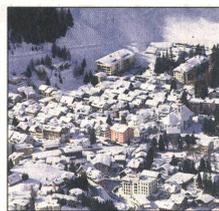
Der Schweizer Immobilien-Investor Acron investiert erstmals in eine Immobilie in Brasilien und kauft das traditionsreiche Hotel Gloria in Rio de Janeiro. Verkäuferin ist die Immobilienholding Rex des gestrauchelten brasilianischen Grossunternehmers Eike Batista. Das 1922 erstmals eröffnete Luxushotel wird derzeit kernsanziert und soll 352 Zimmer umfassen. Die Neueröffnung ist für 2015/16 geplant. dst

Angst vor höheren Wohnkosten

Die Haltung der Andermatt Bevölkerung gegenüber dem entstehenden Tourismusresort ist sehr heterogen. Dies geht aus einer Studie der Hochschule Luzern hervor.

Daniel Stampfli

Die Stimmung in Andermatt reicht von einer zuversichtlichen Aufbruchstimmung über eine abwartende Haltung bis hin zu Enttäuschung oder Unsicherheit. Dies ergab die zweite Teilstudie einer soziokulturellen und soziökonomischen Studie, welche die Hochschule Luzern im Auftrag der Gemeinde Andermatt, des Kantons Uri sowie des Seco durchführt. Befürchtet wird etwa, dass es künftig zu wenig bezahlbarem Wohnraum für die einheimische Bevölkerung geben werde. Von



Andermatt machen sich Gedanken zum Resort. ZVG

den Befragten positiv aufgenommen wurde aber die Aufwertung des Dorfkerns dank Renovierungen. Vom Bau des Resorts und von der Erweiterung des Skigebiets erhofft man sich einen wirtschaftlichen Aufschwung. Aufgrund der Erkenntnisse aus der zweiten Teilstudie hat das Forschungsteam Empfehlungen zuhanden der Auftraggeber entwickelt. Sie umfassen etwa Massnahmen zur Weiterentwicklung der Kommunikation und zum Erhalt von bezahlbarem Wohnraum.

Aus der sozioökonomischen Analyse geht hervor, dass die Anzahl Logiernächte seit 2005 insgesamt konstant geblieben ist. Die Immobilienpreise in Andermatt sind zwischen 2006 und 2010 stark angestiegen. Dies ist für die einheimische Bevölkerung spürbar, da der Eigentümeranteil mit 63% in der Urner Gemeinde wesentlich höher ist als im Schweizer Durchschnitt. Für Mietobjekte sind im Zeitraum 2010 bis 2013 hingegen keine signifikanten Anstiege sichtbar.

Mit Golf gut gepunktet

Zum siebten Mal wurden anlässlich der Fespo-Messe in Zürich die **Swiss Golf Awards** verliehen. Schweizer Golfhotel des Jahres 2013 ist das Hotel Dieschen auf der Lenzerheide.

BENI RIHS

Rund 50 handverlesene Gäste feierten am vergangenen Freitag anlässlich der Golfmesse an der Fespo in Zürich die Gewinner der Swiss Golf Awards. Zum siebten Mal wurden je ein Hotel und ein Golfclub ausgezeichnet, die mit besonderen Leistungen für den Schweizer Golftourismus auf sich aufmerksam machen. Zu den Bewertungskriterien zählen Kompetenzen zum Thema Golf, Engagement, Hospitality und Investitionen im Bereich der Infrastruktur. Die Nominierungen erfolgen durch ein Expertengremium aus der Golf- und Tourismusbranche. Die Gewinner sind gleichsam Nachbarn: Sowohl Hotel wie Golfclub befinden sich auf der Lenzerheide. Mit dem dortigen Golfclub wurde einer der ältesten Plätze des Kantons Graubünden ausgezeichnet. Von der Jury würdigt wurden vor allem die na-



Anstossen auf einen gelungenen Anlass: **Victor Zindel**, Gründer der Golfmesse; **Agnes Temperli**, **Karin Vesti**, move communication; **Rolf Temperli**, Verwaltungsrat Golfclub Lenzerheide (v. l. n. r.).

Bilder: zvg

turna Anlage im alpinen Raum, die familiäre Atmosphäre, eine herzliche Gastfreundschaft sowie die erstklassige Küche des Clubs. Punkten konnten die Lenzerheider zudem mit der Bereitschaft zur Investition: In der kommenden Saison wird das neue Clubhouse eröffnet. Freuen über den

Award durften sich an der Zürcher Fespo Rolf Temperli und Stefan Kaelin, Verwaltungsrat beziehungsweise Manager des Golfclubs Lenzerheide

Vom nahen und attraktiven Golfplatz profitieren auch die Gäste des Lenzerheider 3-Sterne-Hotels Dieschen. Das von der

Familie Blaesi geführte Haus überzeugte die Jury nicht nur mit den Spezialangeboten für Golfer, sondern auch mit den grosszügigen Zimmern im Chaletstil, schönen Bündner Holzmöbeln und einer modernen, authentischen Küche. Zur Preisverleihung in Zürich waren vonseiten des Ho-

tels Dieschen Barbara und Bettina Blaesi angereist.

Am selben Fespo-Anlass fand auch die Preisübergabe an die Turniersieger der Swiss Golf Hotels Challenge Turnierserie 2013 statt. Zudem wurde unter den Anwesenden eine Jaermann & Stübi Golfuhr verlost.



Golffreunde: **Raphael Herzog**, Vizedirektor Arosa Kulm Hotel; **Luisa Kalsbach**, move comm.



Strahlende Siegerinnen: **Barbara Blaesi**, Hotel Dieschen; **Karin Vesti**, move comm; **Bettina Blaesi**, Dieschen; **Luisa Kalsbach**, move comm.



Golf international: **Hannes Schnitzer**, Manager Golf Südtirol; **Victor Zindel**, Golfmesse.

Auftritt für die Berufsbildung

2014 ist das Jahr der Berufsbildung: **Zehn Jahre** ist das neue **Berufsbildungsgesetz** in Kraft. Das feiert das SBFI mit grossen Events. Der erste war der Tag der Berufsbildung in Basel.

Mit dem Tag der Berufsbildung am letzten Freitag in Basel läutete das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI das Jahr der Berufsbildung ein: Bundesrat Johann N. Schneider-Ammann, Vorsteher des Eidgenössischen Departements für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF, ehrte in Basel die 160 Medaillengewinner der Schweizer Berufsmeisterschaften sowie die Teilnehmenden der World Skills 2013 in

Leipzig. Er rief dazu auf, das Jahr dazu zu nutzen, die Vorzüge der Berufsbildung in der breiten Öffentlichkeit bekannter zu machen. Das hat das SBFI vor: Höhepunkt des Jahres der Berufsbildung werden die vom 17. bis 21. September erstmals zentral durchgeführten schweizerischen Berufsmeisterschaften «Swiss Skills Bern 2014» in Bern sein. Der nächste Event ist das nationale Spitzentreffen der Berufsbildung Ende März. gsg



Mauro Dell'Ambrogio (li.), Leiter SBFI, **Josef Widmer**, stv. Leiter SBFI, mit **Noemi Kessler**, Gold-Gewinnerin Restauration der World Skills 2013.



Ansprache von Bundesrat **Johann N. Schneider-Ammann**. Bilder: zvg



Bettina Pereira, welcome hotels Zürich, Präsidentin fit, **Sabine Bolliger**, Via Storia Bern, **Chantal Beck** und **Kirstin Wolff**, beide STV, **Heidi Holdener**, Kulturcasino Bern (v. l. n. r.). Brigitta Schaffner

Neue Austausch-Plattform für Schweizer Touristikerinnen

«Meet'n joy fit - Networking Lounge» heissen die Treffs, die der Vorstand des Vereins Frauen im Tourismus (fit) neu in Zürich, Bern, Luzern und Chur anbietet.

Zehn Frauen, die sich beruflich in der Tourismusbranche engagieren, nahmen am vergangenen Freitag an der ersten Austausch-Plattform teil. Gastgeberin war Heidi Holdener, Direktorin im Kulturcasino

Bern. Sie empfing die Touristikerinnen im hauseigenen Restaurant Relais.

Bei geselligem Zusammensein folgten spannende Gespräche und ein informativer Erfahrungsaustausch. Fit-Präsidentin Bettina Pereira freute sich über die gelungene Premiere: «So ein Anlass bietet den Frauen unzählige Möglichkeiten, ihr berufliches Netzwerk zu erweitern». npa

Sesselrücken

Zwei wichtige Stellen bei STC neu besetzt

Dana Lindecker (37, links) hat die neu geschaffene Stelle Leiterin Sales B2B angetreten und verantwortet mit ihrem Team die Sales-



Bilder: zvg

Aktivitäten von STC Swiss Travel Centre im B2B-Geschäft weltweit. **Claudia Zanetti** (26) hat neu die Leitung des Service Centre in Zürich übernommen und zeichnet so für das Switzerland Contact Center verantwortlich, welches STC im Auftrag von Schweiz Tourismus betreibt.

Wechsel im PR-Management bei Bern Tourismus

Nicole Schaffner (Bild) wird per 1. April 2014 PR-Managerin bei Bern Tourismus. Die bisherige Stelleninhaberin, **Isabel Furrer**,



ZVG

hat das Unternehmen Ende Januar verlassen, um sich einer neuen beruflichen Herausforderung in der Marketingkommunikation bei Stämpfli Publikationen zu stellen. In der Übergangszeit übernimmt bei Bern Tourismus PR-Mitarbeiter **Joel Reeves** die Aufgaben des PR-Managers.

Führungswechsel bei Mc Donald's Schweiz

Harold Hunziker (49, Bild) wird ab Anfang April 2014 Managing Director von Mc Donald's Schweiz. Er tritt die Nachfolge von **Mario**



ZVG

Federico an, der zum Chief Restaurant Officer von Mc Donald's Europe berufen wurde. Harold Hunziker war zuletzt als Chief Operating Officer bei Mc Donald's Italien tätig.

Restaurant Harder Kulm mit neuem Pächter

Dieter Aegerter (Bild) wird ab April 2014 als neuer Pächter des Restaurants Harder Kulm verantwortlich für die Gastronomie auf



Bilder: zvg

Interlakens Hausberg. Aegerter folgt auf **Hans Krebs**, welcher seit April 2012 auf Interlakens Hausberg tätig war. Nachfolgerin von Aegerter als Pächterin des Restaurants Grund wird **Annett Sarling** (34). Nach dem Abitur war sie in Berlin Servicemitarbeiterin in renommierten Hotels wie dem Kempinski Hotel Bristol, dem Hotel Adlon und dem Swissôtel. dst



Le guichet de la compagnie aérienne orange situé au fond de Genève Aéroport.

Les dessous d'une compagnie facile

Easyjet fait l'actualité avec sa progression à Genève et un auteur de cette ville signe un vif petit essai. Thomas Haagensen, directeur suisse de la compagnie, donne son opinion.

ALEXANDRE CALDARA

Thomas Haagensen quelle est la progression d'Easyjet à Genève?

En 2013, nous sommes à 8,8% de croissance à Genève Aéroport pour plus de six millions de passagers, 13 avions. Mais nos axes prioritaires restent le prolongement de la qualité de notre réseau. Nous offrons plus de 60 routes au départ de Genève et nous voulons augmenter la fréquence sur les routes existantes.

«Nous ne sommes pas du tout écoutés par Suisse Tourisme.»
Thomas Haagensen
Directeur d'Easyjet Suisse

plus de 42% des vols au départ de Genève... Pourquoi cet aéroport est-il devenu si important?

Pour nous le développement à Genève fait sens, car la ville entretient un lien étroit avec l'Europe. Notre business model est de relier les villes européennes point par point. Une ville aussi très importante pour les sports d'hiver des deux côtés de la frontière.

Des développements sont-ils encore possibles? Oui nous

prévoyons une croissance l'année prochaine en routes et en fréquences. Nous disposons aussi à partir de fin mars d'un neuvième avion au départ de Bâle.

Quel est l'impact de votre compagnie sur l'ensemble du

tourisme de l'agglomération genevoise?

D'après les chiffres d'une étude commandée à BakBasel en 2012, un impact économique sur la Suisse et la France de 1,4 milliard de francs et 1,2 milliard uniquement pour le tourisme. Une création de 3000 emplois.

«L'homme naïf du low cost»

Dès la première page de «easyjet» le ton est donné: «(...) le low cost produit un homme nouveau, un homme naïf, égaré et soumis.» Ecrivain iconoclaste, lauréat du Prix Michel Dentan pour «Ogrorog» en 2011, le Genevois Alexandre Friederich s'attaque cette fois-ci «au comportement industriel» que produirait la compagnie. Son projet commence lorsqu'il observe un Africain et un Nordique se laver les mains de la même manière avant, comme l'auteur, de voler orange vers les Asturies. L'écrivain décide alors du 21 avril au 15 mai d'embarquer dans quatorze vols.

Son petit essai raconte autant les étapes de cette performance, qu'il tente de décrire la compagnie: «Son expansion tient à deux facteurs un modèle financier radical et une offensive publicitaire sans précédent.» Alexandre Friederich ne mâche pas ses mots: «La publicité joue sur l'agressivité et la séduction. Dans le domaine du tourisme, elle suscite le besoin d'exotisme. easyjet élabore cette stratégie à partir d'une analyse de la société anglaise, et plus précisément de la classe ouvrière.»

Il part d'une observation: «Une partie des passagers du vol Thessalonique-Dortmund était des Grecs en quête de travail.»

Vous sentez-vous écouté par les organisations touristiques régionales et nationales?

A Genève, comme dans les autres villes au départ ou à l'arrivée de nos routes, nous sommes écoutés, nous participons au développement de la destination et à sa publicité. Par contre nous ne sommes pas du tout écoutés par Suisse Tourisme qui a signé un accord exclusif avec Swiss. C'est malheureux et cela se passe autrement dans d'autres pays, notamment en Angleterre.

Avez-vous lu le livre d'Alexandre Friederich et que pensez-vous de sa couverture orange et de son titre reprenant la «corporate identity» de votre compagnie?

Pour être honnête avec vous, je ne l'ai pas acheté. C'est un bon coup de publicité pour lui, bien essayé, je peux comprendre la démarche. Evidemment nous n'avons pas été consultés et ne sommes en aucun cas lié publiquement.

Il écrit: «Plus il y a de passagers statistiques, plus la compagnie a les moyens de faire pression sur l'aéroport. Et si ce n'est sur l'aéroport, sur la ville qui, à son tour, fera pression sur l'aéroport.»

Comment l'analysez-vous?

Cela pourrait être le cas pour d'autres compagnies low cost qui volent vers des aéroports tertiaires et qui dès lors bénéficieraient de subventions. Mais notre stratégie réseau reste de voler vers de grands centres financiers européens qui génèrent un gros flux de trafic. Lorsque nous volons sur Londres nous ne dictons pas la politique du développement londonien. Nous sommes des partenaires avec des intérêts mutuels à long terme. Même si nous avons un poids économique important, nous n'usons pas d'influences.

En bref

Suisse

Fourchette verte s'associe à SV Group



La société de restauration collective SV Group et l'association Fourchette verte signent un contrat de partenariat de cinq ans. Le but est, à terme, d'attribuer le label de l'alimentation équilibrée à plus de deux tiers des quelque 300 établissements de SV Group. «Ce projet permet de développer une approche nouvelle, plus globale, non limitée aux frontières cantonales», relèvent les responsables de Fourchette Verte. lb

Genève

Une progression pour le Salon Sirha

Le Salon Sirha Genève a rassemblé du 26 au 28 janvier plus de 9850 professionnels de la région franco-genevoise, soit une augmentation de 3,6% par rapport à 2012. «Le salon gagne du terrain en termes de visibilité. La participation des exposants progresse de 10% pour cette troisième édition», précise le Sirha dans un communiqué. 180 exposants, distributeurs, fabricants ont proposé une offre plus riche et plus complète en termes de produits et de services.

Vaud

Un musée veut décoder les tics du tourisme

Le Musée d'art de Pully présentera une exposition nommée: «Do you speak tourist?» du 6 mars au 11 mai 2014. Sous la conduite de la commissaire d'exposition Pauline Martin et avec les étudiants de l'Ecole cantonale d'art de Lausanne, il s'agit de décoder la photographie touristique et inviter chacun à interroger sa propre pratique. Des artistes confirmés comme Nicolas Savary ou Adrien Missika y participent. aka

www.museedepully.ch

Jura

Le SnowUp attire quelque 9000 personnes



La cinquième édition du SnowUp interjurassien qui s'est déroulée dimanche a battu tous les records. Environ 9000 adeptes de la mobilité douce combinée aux sports de neige ont participé au parcours entre Saignelégier et Tramelan. L'année dernière, quelque 8500 participants étaient partis à la découverte du Jura dans une ambiance festive et familiale, munis de raquettes à neige, de skis de fond ou de chaussures de randonnée. lb

La Suisse du tourisme sera à Sotchi

Les Jeux olympiques d'hiver 2014 s'ouvrent demain. La Suisse sera représentée par The House of Switzerland, une plateforme utilisée par des partenaires touristiques.

THERES LAGLER

Plus de 2000 visiteurs sont attendus chaque jour dans The House of Switzerland qui adopte la forme d'une construction mobile. «Son architecture témoigne d'une

Suisse moderne, orientée vers le développement durable. Cette plate-forme réutilisable est construite en bois, un matériau renouvelable», relève Nicolas Bideau, directeur de Présence Suisse. Au centre des activités officielles figureront les festivités destinées à célébrer le 200e anniversaire des relations diplomatiques entre la Russie et la Suisse, qui seront solennellement ouvertes samedi par le président de la Confédération Didier Burkhalter.

Suisse Tourisme sera de la partie et entend saisir cette opportunité pour attirer l'attention sur nos stations de sports d'hiver.

Selon son porte-parole Alain Suter, les touristes russes, toujours plus nombreux, choisissent notre pays pour ses beautés naturelles et ses centres historiques ou culturels. «La Russie recèle un immense potentiel et les habitants des métropoles de Moscou et de Saint-Petersbourg sont prêts à découvrir des destinations inédites.» Les Swiss Deluxe Hotels, qui regroupent 38 hôtels cinq étoiles, pourraient en tirer avantage.

«Nous serons présents avec notre magazine et des brochures spéciales en russe et en anglais», déclare Stefan Wälchli, Senior Account Manager. Pour l'occasion,

les projecteurs se tourneront notamment sur l'Hôtel Guarda Golf à Crans-Montana et le Lausanne Palace & Spa. Saint-Moritz est le



Nicolas Bideau, directeur de Présence Suisse. Alain D. Boillat

troisième partenaire de Présence Suisse. «Nous évoquerons à Sotchi nos 150 années de tourisme hivernal et les championnats du monde de ski alpin que nous accueillons en 2017», souligne Ariane Ehrat, CEO du Tourisme Engadine/Saint-Moritz. Les trois partenaires partagent l'objectif d'allécher les touristes russes. A cet égard, les délices culinaires concoctées par la brigade de cuisine emmenée par le célèbre chef Anton Mosimann ne représentent pas un mince atout.

Adaptation Jean Pierre Ammon sur la base d'un texte en page 5.

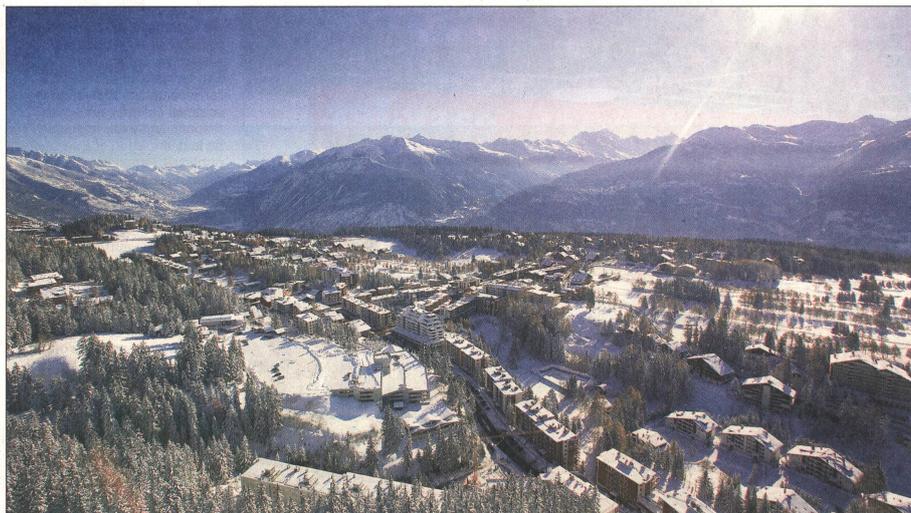
Pour le plaisir

Et si les salons se soudaient



De l'extérieur, le paquetot est peu attirant. Mais à l'intérieur, Palexpo Genève se métamorphose. Premier épisode lundi 27 janvier pour le salon Sirha, second dimanche 2 février pour Art Genève. Dissection de mondes marchands si différents. Les stands d'art contemporain pour la plupart se concentrent sur l'espace mural pour s'afficher, le galeriste possède un bureau pour ses affaires. Au Sirha, le produit reste roi, comptoir de dégustations et machines au premier plan. Avec élégance pour le safran de Taliouine ou la porcelaine de Sylvie Coquet. Mais le plus souvent une présentation sans mystère. Le Sirha peut apprendre de la discrétion feutrée, de la respiration, qu'offre Art Genève. Quant à Art Genève, il peut tirer partie des concours, comme le trophée chef & design, du Sirha. Tant la performance brille par son absence dans un salon d'art. Le Sirha gère comme une priorité ses chefs, les artistes semblent plus discrets à Art Genève. Ces salons bénéficient aussi de l'éclat récent de celui d'horlogerie. Tic tac, toc toc, toque, toque. En passant devant une salle vide, on rêve au salon sans salon. aca

notable», déclare Philippe Rubod, directeur de Crans-Montana Tourisme et Congrès. Des statistiques qui suscitent un enthousiasme plus réservé chez les hôteliers de la station, préférant une certaine distance face aux chiffres. «Cela témoigne d'une note positive, c'est bien, mais il faudrait comparer les nuitées avec le chiffre d'affaires, car au final c'est ce chiffre qui compte», relève Alain Duc, directeur de l'Hôtel Belmont (3 étoiles) et président de l'association des hôteliers de Crans-Montana. Son confrère de l'Hôtel Royal (5 étoiles sup.) Corrado Fattore renchérit: «Je me méfie des statistiques, on les interprète comme on veut.» Pour Crans-Montana Tourisme, «cette ascension» s'explique de plusieurs manières, notamment: l'amélioration de l'offre hôtelière dans le segment «Luxe»; la clarification de son positionnement et de sa stratégie marketing. L'usage «sans complexe» dit-elle, de la marque «Premium», qui revendique la qualité à tous les niveaux. Face à cette analyse, nos interlocuteurs tempèrent: «Le bilan positif de l'année dernière tient à des circonstances qui ne dépendent pas de nous, comme la neige ou le calendrier. Ne soyons pas aussi imbus de nos résultats. Nos efforts marketing sont constants, mais certaines années sont meilleures que d'autres, tout ne repose pas sur nos épaules», observe un hôtelier du Haut-Plateau. Michael Bensouda, responsable marketing à l'Hôtel Guarda Golf



Embellie sur le Haut-Plateau avec une augmentation des nuitées, particulièrement dans le segment luxe. Crans-Montana Tourisme/Denis Emery

des réservations entre le 12 décembre 2012 et le 31 janvier 2013. «Ces bons résultats sont davantage le fruit de nos efforts que ceux de Crans-Montana Tourisme.» L'hôtel, qui accueille une importante clientèle russe et brésilienne, bénéficie de plusieurs représentations à l'étranger, dont une permanente à Moscou. Comme LeCrans Hotel & Spa (5 étoiles sup.), l'Hôtel Guarda Golf attribue également son succès et sa visibilité à son affiliation à Leading Hotels of the World et Swiss Deluxe Hotels, deux associations à la renommée internationale. Crans-Montana Tourisme signale les investissements consentis depuis deux ans sur ces marchés porteurs, environ un quart de son budget marketing. Avec à la clé, une représentation permanente au Moyen-Orient et des résultats. L'OT relève une hausse en de 44% des nuitées en provenance du Moyen-Orient et de 14% de Russie. Pour certains, ces résultats peuvent donner une image faussée de la clientèle à Crans-Montana: «Nous accueillons avant tout une clientèle suisse et européenne, puis en provenance de Russie et du Moyen-Orient», nuance un hôtelier.

Le Crans Ambassadeur (5 étoiles) a certes accueilli entre Noël et Nouvel-An 30% de clientèle russe et est en contact avec cinq-six tours-opérateurs russes. «Mais ce ne sont pas eux qui nous amènent le plus grand nombre», glisse Sandra Crettenand, directrice marketing. L'hôtel, qui a rouvert fin juin et à plein régime depuis le 13 décembre, se montre «très satisfait» du taux d'occupation, plusieurs semaines affichent complet. Dernier arrivé dans la station, l'hôtel déplore une chose: le manque de synergies entre les hôteliers du Haut-Plateau.

Une vision au-delà des statistiques

L'amélioration de l'offre hôtelière et les efforts marketing expliquent les bons résultats enregistrés par Crans-Montana l'an dernier. Vision nuancée des hôteliers de la station.

LAETITIA BONGARD

Crans-Montana Tourisme a annoncé un exercice 2012-2013 record, avec une croissance nette de +3,4%, soit 7881 nuitées supplémentaires entre le 1er novembre 2012 et le 31 octobre 2013, à capacité hôtelière égale. «Une première depuis cinq ans, un retournement de tendance

comme la neige ou le calendrier. Ne soyons pas aussi imbus de nos résultats. Nos efforts marketing sont constants, mais certaines années sont meilleures que d'autres, tout ne repose pas sur nos épaules», observe un hôtelier du Haut-Plateau.

Michael Bensouda, responsable marketing à l'Hôtel Guarda Golf

«Il faudrait comparer l'augmentation des nuitées avec celle du chiffre d'affaires.»

Alain Duc
prés. des hôteliers Crans-Montana

comme la neige ou le calendrier. Ne soyons pas aussi imbus de nos résultats. Nos efforts marketing sont constants, mais certaines années sont meilleures que d'autres, tout ne repose pas sur nos épaules», observe un hôtelier du Haut-Plateau.

Michael Bensouda, responsable marketing à l'Hôtel Guarda Golf

(5 étoiles sup.), observe bel et bien une augmentation constante des nuitées depuis son ouverture il y a quatre ans. Concrètement: +10%

Complexe d'Aminona Feu vert pour une partie des chalets hôteliers

Le méga-projet hôtelier d'Aminona franchit une étape supplémentaire. Le Tribunal fédéral (TF) a confirmé l'autorisation de construire une partie de la zone 3, la zone dite des chalets hôteliers. Sur les 40 chalets prévus, le TF refuse toutefois la construction de plus d'une douzaine de chalets. En cause: des manquements du dossier quant au défrichage ou la distance par rapport à la forêt. «Lacunes qui sont sans autre réparables, mais qui nécessiteront une nouvelle procédure», indique la commune de Mollens dans un communiqué.

Pour son président Stéphane Pont, cette autorisation, même partielle, constitue «une bonne nouvelle après que le plan d'affectation de la zone 2 qui comporte 15 bâtiments hôteliers a été confirmé par le TF en 2012.»

Autre point positif pour la commune: le TF a admis le défrichage de 791 m² sollicité par l'investisseur pour permettre la construction de routes à travers la forêt pour l'accès à des parcelles de la zone. La société Aminona Luxury Resort and Village SA annonce vouloir commencer les travaux, ce printemps, «en avril sûrement». lb

En bref

Valais Ritzy propose seize nouvelles formations

Le programme de formation continue en hôtellerie et restauration Ritzy propose cette année seize nouveaux cours de séminaires journaliers ou de courtes durées. Par exemple «accueillir avec le cœur: un mot sept piliers» ou comment apprendre à les appliquer au sein d'une équipe multiculturelle. Une autre formation proposera d'apprendre à connaître le nouveau canal de vente: Google Finder. aca

www.ritzyinfo.ch

Vaud Musée Chaplin attendu pour le printemps 2016



Le «Chaplin's World by Grévin» ouvrira ses portes au printemps 2016, à Corsier-sur-Vevy. La Compagnie des Alpes (CDA), Genil Capital et Chaplin Museum Development (CMD) ont signé un partenariat, annoncent les trois sociétés par voie de communiqué. Le nouvel espace, qui souhaite marier culture et divertissement, devrait attirer 300 000 personnes par année. Le projet dans son ensemble représente plus de 50 millions de francs. lb

Innovation sans discrimination

Fribourg Région veut rendre ses montagnes accessibles avec ou sans handicap. Elle lance avec la fondation Loisirs pour tous une offre inédite de séjours sportifs avec infrastructures équipées.

ALEXANDRE CALDARA

Fribourg Région et la fondation Loisirs pour tous se réjouissent de rendre la nature et la pratique des activités en plein air accessibles à tous jusqu'au 7 mars pour la version hivernale. Ils annoncent la création d'une nouvelle offre individuelle pour personnes à mobilité réduite réservable en ligne. Elle comprend une nuitée dans les établissements hôteliers adaptés aux personnes à mobilité réduite du canton de Fribourg ainsi que deux demi-journées

d'activités accompagnés par des professionnels. Les alpes fribourgeoises serviront d'écrin. Les 12 et 13 février et les 22 et 23 février pour une option chiens de traîneaux et ski et les 15 et 16 février, ainsi que les 6 et 7 mars pour l'option raquette à neige et ski de fond. A l'aide d'une joëlette, adaptée pour l'hiver, les personnes en situation de handicap bénéficient de randonnées pratiquées en toute sécurité.

Une offre née du projet DMO 3.0 auquel participe Fribourg Région

Ces offres comprennent une nuitée avec petit déjeuner, deux activités accompagnées par des professionnels (abonnement de ski inclus) et un repas de midi par personne (hors boissons). Elles sont accessibles dès 595 francs pour deux personnes en chambre double. La réalisation de cette offre forfaitaire interrégionale résulte du projet national Destination Management 3.0 auquel Fribourg



Des équipements adaptés pour tous.

bourg région participe comme région pilote. Fribourg Région et la fondation Loisirs pour tous entendent poursuivre leur collaboration autour d'une offre estivale. D'autres activités accompagnées seront proposées à Charmey, Moléson-sur-Gruyères ou encore aux Paccots: randonnées en joëlette, fauteuil tout terrain et chiens de traîneaux.

Enfiler des habits historiques, proposition d'un autre forfait

A la différence de l'offre hivernale, aucune date pour ce forfait ne sera fixée au préalable. Les intéressés pourront ainsi définir leur séjour et les activités souhaitées à la période désirée. Un forfait «dress code» en lien avec les expositions des musées d'art et d'histoire de Fribourg et grüerien de Bulle est proposé. Le visiteur pourra revêtir une nouvelle parure pour l'occasion.

www.fribourgregion.ch/lpt

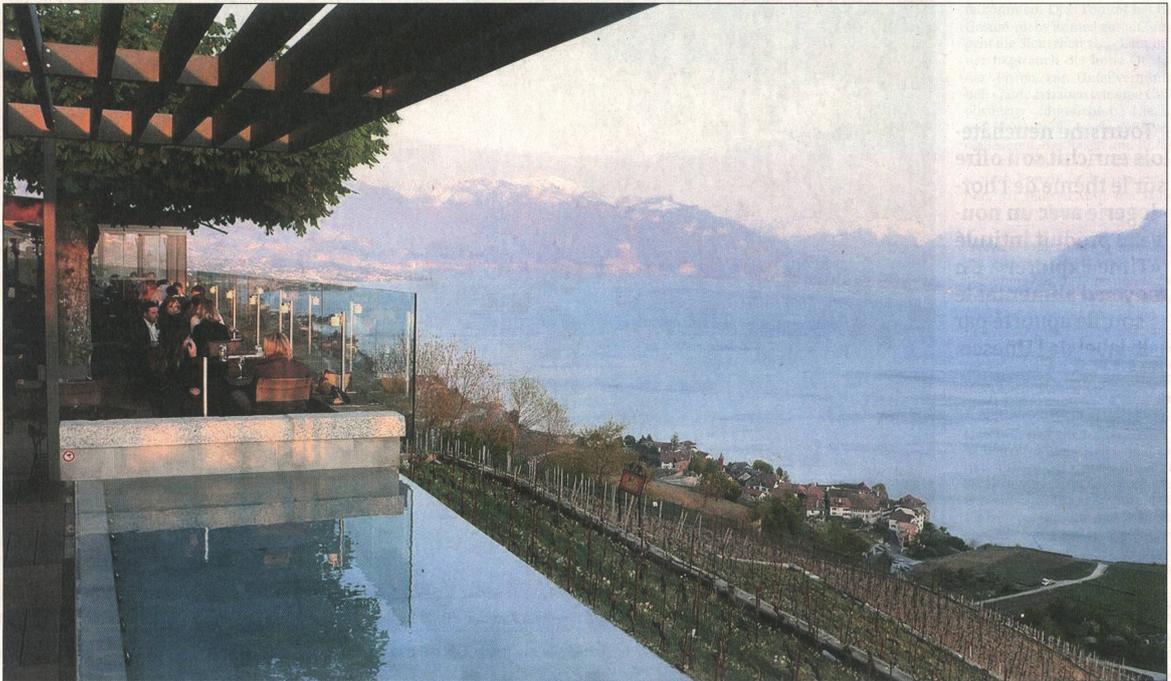
Blouse blanche pour le baron

Un nouveau groupe de propriétaires veut améliorer les résultats du Baron Tavernier en le dotant d'une clinique de soins esthétiques. Ouverture prévue ce printemps.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Racheté à l'automne dernier par un groupe d'investisseurs suisses, chinois et européens, dont le nouveau directeur Douglas Eden, l'Hôtel Le Baron Tavernier, à Chexbres (VD), devrait, dès ce printemps, s'augmenter d'une clinique. C'est du moins en ce sens que va une demande déposée à l'Office fédéral de la Santé publique. La clinique sera spécialisée

L'hôtel a déposé une demande à l'Office fédéral de la Santé pour développer une clinique en soins esthétiques.



Une vue spectaculaire depuis le restaurant Deck de l'Hôtel Baron Tavernier, de Chexbres.

Peter Barwick

dans les soins esthétiques, avec le département esthétique proprement dit (laser, cryosculpt) et trois cabinets de consultation.

Une collaboration avec des cliniques spécialisées de Genève, Lausanne et en Valais est à l'étude qui devrait permettre d'élargir les services des clients de la future clinique Eden. Elle prendra place dans la partie est de l'hôtel, classé dans la catégorie unique, à la place d'une grande salle de réunion/séminaires peu rentabilisée jouxtant le spa Valmont ouvert l'an dernier, au-dessus du garage couvert.

Les serveurs ne devront plus traverser la route avec plateaux

Pour autant, l'établissement n'en perdra pas sa vocation hôtelière, il est maintenu avec 28 chambres et suites en balcon sur le Léman.

De même, le restaurant gastronomique et le célèbre Deck, une terrasse/restaurant qui a été équipée d'installations de cuisine - auparavant les serveurs devaient

traverser la route plateaux sur les bras. En revanche l'idée lancée l'an dernier par le directeur d'alors d'équiper un carnotzet privé en contrebass a été abandonnée.

Le nouveau directeur de l'établissement, Douglas Eden n'est pas un inconnu: diplômé en biologie de l'Université de Lausanne, il a créé, en 2011, Swiss Vitality Cells, une société pharmaceutique spécialisée dans la fabrication de médicaments anti-âge et revitalisants, installée à Montreux. C'est par cette activité qu'il a rencontré des investisseurs chinois de Hong-Kong. Ceux-ci, précise-t-il, ne sont pas concernés par la clinique, ils ne sont partenaires qu'au niveau de l'hôtel et du restaurant.

Sept directeurs se sont succédés en huit ans

Racheté en 2005, après quatre faillites successives et pour 2,5 millions de francs par le Grec Leonidas Katsaitis, l'ancien Hôtel

Bellevue, avait été transformé à grands frais.

Cependant, malgré toutes les améliorations apportées par BT

Gestion S.A., dans un créneau fragile de par sa taille, l'établissement n'a jamais pu atteindre un seuil de rentabilité. Il n'a jamais

pu réellement fidéliser clientèle, et même personnel; pas moins de sept directeurs se sont succédés à sa tête en moins de huit ans, le

dernier en date n'étant resté qu'un mois. Douglas Eden veut corriger cela en augmentant l'établissement de la clinique Eden.

Nouveau maître de maison au Grand Hôtel

Luc Califano a pris, au 15 janvier, la direction générale du Grand Hôtel du Lac, à Vevey. Il succède à Christopher Rudolph, qui avait assuré la réouverture du petit (50 chambres) palace de la Riviera. Avant d'endosser le costume de «maître de maison» de ce fleuron des Relais & Châteaux, Luc Califano avait passé sept ans au Royal Plaza de Montreux et au sein de Montreux Suisse Hotels & Resort. Son «entrée en hôtellerie» s'est faite («sur le tard», précise-t-il) par le secteur Management hôtelier, de l'Institut Paul Bocuse, puis à l'Hôtel Royal Riviera de Saint-

Jean-Cap-Ferrat et l'Hôtel Plaza, près de Bruxelles.

Pour l'heure, le nouveau maître de maison n'envisage pas d'influencer la vocation du Grand Hôtel du Lac. «J'apprends la maison, son rôle, sa position, explique-t-il, et il n'est bien entendu pas question de modifier quoi que ce soit dans l'immédiat, mais au contraire de conforter la maison comme établissement unique dans la région.»

Par ailleurs Eric Favre, une autre figure de l'hôtellerie de la Riviera, a repris depuis le 1er octobre dernier la direction générale de l'Hôtel Alpina, à Gstaad. Pour



Luc Califano, directeur du Grand Hôtel du Lac.

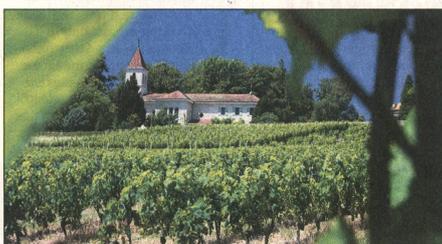
cette deuxième saison d'exploitation, Eric Favre annonce sa volonté de «mieux positionner l'établissement» sur des marchés très divers et une clientèle «melting pot» d'hôtes suisses, américains, français, britanniques et russes. Directeur de l'école Les Roches de Bluche, sur le coteau entre Sierre et Montana jusqu'à la fin des années 90, il avait ensuite pris la direction du Mirador, au Mont-Pèlerin. Sous l'égide de Kempinski, il en avait supervisé ensuite les travaux de mise à niveau, de même que la «ré-ouverture» avant d'être déplacé au Kempinski de Djibouti. jje

Un nouveau salon du vin

Du 14 au 16 février, le Sicave sera lancé à Genève. Il proposera un parcours initiatique «au fil du Rhône» et 50 exposants d'ici et d'ailleurs.

Un nouveau salon international des vins fait son apparition à Genève. Il se nomme Sicave «pour connaisseur et amateur de vins d'exception». Il se déroulera à l'Event Center de l'Hôtel Ramada La Praille du 14 au 16 février sur le thème: «L'amour du vin». Il est lancé par la société Godet Production de Michel Valat.

Sur une surface de 2000 mètres carrés 50 exposants présenteront leurs produits. Un parcours initiatique «au fil du Rhône» rendra hommage à ce fleuve constitué de vignobles du Valais, de Vaud, Genève et de la Vallée du Rhône, en France. Des domaines suisses



Les richesses du vignoble genevois, le long du Rhône, ici dans la commune de Chancy. Genève Tourisme

et internationaux aussi différents que le Château Le Rosey, Sangue d'Oro de Carole Bouquet, Château de Pommard ou Marie Bernard Gilloz seront présents. Ainsi que Swiss Wine Promotion ou l'Ecole de Changins.

Il proposera aussi: une table ronde sur l'œnotourisme autour

d'André Deyrieux de Winetourism France. Une conférence sur l'histoire du vin par Azelina Jaboulet-Vercherre, professeure à l'Ecole hôtelière de Lausanne. Une présentation des vins nutés de Rivesaltes. aca

www.sicave.ch

Les gens

Le directeur de l'EHL endosse une casquette de plus

Michel Rochat, directeur de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), a été nommé président du nouveau conseil d'administration



de la Swiss School of Tourism and Hospitality AG (SSTH) de Passugg. Cette nomination constitue un pas de plus vers la création d'une offre de formation unique pour les métiers de l'accueil, suite à l'acquisition par l'EHL de 75% des parts du capital de la SSTH. Chris Mason, directeur de la SSTH, pilote un comité de direction transitoire.

A la tête de la communication de Beaulieu Lausanne



Lysander Jessenberger a rejoint MCH Beaulieu Lausanne SA comme nouveau directeur de la communication. «Agé de 35 ans, il dispose d'une expérience solide en matière de communication et relations publiques», relève l'entreprise spécialisée dans l'organisation de salons, foires et congrès. Il intègrera la direction où il sera chargé de piloter la communication institutionnelle et de diriger le service de communication en charge des foires et salons. lb

Les vertus d'une bistronomie à domicile

Benjamin Luzuy (photo), jeune chef formé à l'Ecole hôtelière de Lausanne, vient de fonder Home Gourmet avec son camarade d'étu-



des Vincent de Boccard. Il s'agit d'un nouveau concept de service traiteur qui veut importer la bistronomie, ou l'art d'allier la décontraction de la grande cuisine, directement sur le lieu de travail et dès le mois de mai à domicile. Ils collaborent avec de nombreux producteurs de la région et une nutritionniste. aca

Tourisme neuchâtois enrichit son offre sur le thème de l'horlogerie avec un nouveau produit intitulé «Time Explorer». Un moyen d'alimenter le souffle apporté par le label de l'Unesco.

LAETITIA BONGARD



Suivant les conseils d'une professionnelle, les participants à l'atelier «Time Explorer» assemblent une montre qu'ils pourront ensuite emmener.

Tic-tac touristique au Locle

Rencontre de l'industrie et du tourisme. La section Montagnes de Tourisme neuchâtois capitalise sur le savoir-faire horloger pour faire découvrir les villes du Locle et de La Chaux-de-Fonds. Pour compléter son offre, l'Office du tourisme lance un nouveau produit baptisé «Time Explorer, les apprentis du temps» en collaboration avec Pôle industrie, un centre de réinsertion professionnel basé au Locle. «Il s'agit d'aller plus loin en offrant la possibilité d'assembler une montre et de l'emporter ensuite, ce qui n'est pas possible dans les autres activités que nous proposons, mais souvent demandé par les participants», indique Vincent Matthey, coordinateur Montagnes auprès de Tourisme neuchâtois. Il pense notamment à la coopération avec l'atelier de micromécanique

LMEC de La Chaux-de-Fonds. Depuis son lancement en juin 2012, l'atelier a accueilli une cinquantaine de groupes, soit environ 130 personnes. «Un résultat positif», selon Vincent Matthey qui souligne l'attrait qu'une telle offre représente en termes de visibilité: «Suisse Tourisme et les médias mentionnent régulièrement cette activité en lien avec l'horlogerie et le label de l'Unesco.»

Gain de visibilité grâce au label de l'Unesco

Inscrites au Patrimoine mondial de l'Unesco pour leur urbanisme horloger depuis juin 2009, les villes de La Chaux-de-Fonds et du Locle y ont gagné en visibilité. Un baromètre pour juger de cet intérêt grandissant: «Ils sont quatre fois plus nombreux, depuis l'obtention du label, à participer aux visites guidées thématiques

organisées par l'office du tourisme, soit environ 2600 personnes par année, sans compter les visiteurs qui ne passent pas par l'office du tourisme», relève Vincent Matthey. Quantifier plus précisément le nombre de visiteurs dont le but du voyage est l'horlogerie reste difficile. «Une étude de l'Unesco a confirmé qu'il s'agit pour la plupart d'excursionnistes», précise Vincent Matthey. D'où notre objectif de renforcer le nombre de produits pour inciter les visiteurs à rester.»



«Nos visites sur l'urbanisme horloger attirent quatre fois plus de personnes.»

Vincent Matthey
Resp. Montagnes Tourisme NE

«Time Explorer» se déroule sur 4 heures environ, chaque participant a ses outils, son établi. «Il s'agit de monter non pas le mouvement, qui reste trop technique, mais de l'habiller», explique Dominique Rousseau, formatrice en horlogerie au Pôle industrie. L'horloger en herbe pourra choisir sa boîte, son cadran, son bracelet. L'activité sera disponible toute l'année, selon un calendrier fixe deux fois par mois, ou sur demande pour les groupes. Elle pourra accueillir 6 à 8 personnes au maximum et sera proposée

en plusieurs langues. A la question: n'y'a-t-il pas un risque d'ôter le côté mythique de l'horlogerie en ouvrant les portes de ce savoir-faire? Dominique Rousseau répond: «Au contraire, cette activité permettra au participant de se rendre compte de la complexité du mécanisme, de la précision que la fabrication, le montage et le réglage impliquent.»

Un produit visant une clientèle haut de gamme

Le prix, 650 francs par personne ou 1000 francs par personne en cas de privatisation de l'atelier, sous-entend «une clientèle plus haut de gamme», relève Vincent Matthey. Un type de clientèle allant de pair avec un service sur mesure et davantage de flexibilité. «Nous réfléchissons à créer des packages thématiques en lien avec l'horlogerie. Les musées, les

hôtels sont là, à nous de les coordonner.» (lire ci-dessous)

Vincent Matthey reste discret sur la provenance des hôtes que cette offre pourrait interpeller, tout en relevant «l'intérêt clair de la Chine» pour les produits liés à l'horlogerie. Un regret: «Cette clientèle se contente souvent d'acheter une montre à Interlaken. D'où notre but, sur le moyen-long terme, d'attirer cette clientèle dans notre région, leur faire découvrir l'origine du produit.» Il évoque «une constante internationalisation des visiteurs», avec à la clé la présence de nouveaux marchés, comme l'Europe du Nord. Un effet post-label Unesco qu'il s'agit maintenant de soigner, comme souligne Vincent Matthey: «Il ne faut pas laisser retomber ce souffle, nous devons faire savoir que les Montagnes neuchâtoises sont la région où cela se passe.»

Potentiel hôtelier de l'horlogerie de loisirs

Au Grand Hôtel des Endroits de La Chaux-de-Fonds, le nouveau produit de Tourisme Neuchâtois est accueilli avec beaucoup d'enthousiasme: «Ce type d'offre est très important et très sollicité de la part de notre clientèle; même les séminaristes souhaitent voir, expérimenter cet univers horloger», relève la directrice Daniela Vogt. L'horlogerie représente la principale activité de l'hôtel quatre étoiles supérieur de 40 chambres: «85% environ de nos nuitées sont liées à l'industrie horlogère. Nous sommes donc bien occupés du lundi au vendredi matin, un peu moins les fins de semaines, d'où la nécessité de développer le tourisme de loisirs lié à cette activité.»



Un boutique-hôtel s'installera à la Grand-Rue 1 du Locle.

«L'hôtelière relève le caractère grand public de cette nouvelle offre: «Une activité milieu de gamme, c'est exactement ce dont nous avons besoin pour com-

mencher, mais il faut aller plus loin.» Elle suggère d'autres activités à l'intention d'une clientèle scolaire par exemple, et à l'inverse, d'une clientèle haut de gamme: «Qu'il soit possible par exemple d'apposer un diamant sur la montre si le participant le souhaite.» En attendant, l'hôtelière crée régulièrement le lien avec les

Le nouvel Hôtel de la Fleur-de-Lys comblera l'offre lacunaire du Locle

Sur les neuf hôtels que compte La Chaux-de-Fonds, le Grand Hôtel des Endroits est le plus hautement classé aux côtés de l'Hôtel Athmos (4 étoiles de 42 chambres). Au Locle, localité voisine, on ne compte qu'un hôtel, l'Hôtel des 3 Rois de 40 chambres, non classifié. Cette offre lacunaire devrait être prochainement étoffée. L'Hôtel historique de La Fleur-de-Lys s'apprête à renaître selon un concept de boutique hôtel: 28 chambres au confort 4 étoiles. «Le projet devrait démarrer en avril, pour ouvrir au plus tôt en mars 2015», indique François Knellwolf, propriétaire du bâtiment avec l'architecte William Darbellay. Il rappelle l'objectif de sa démarche, relayée par une coopérative constituée pour

porter ce projet d'environ 6,5 millions de francs: «Nous avons une forte activité horlogère au Locle dont nous ne profitons pas, du fait de l'offre hôtelière lacunaire au niveau quantitatif et qualitatif. Les entreprises préfèrent loger leurs clients à La Chaux-de-Fonds ou à Neuchâtel», indique celui qui gère aussi Le Lux, à la fois restaurant et salle de concert.

Décoration intérieure aux couleurs de l'horlogerie

L'horlogerie, tout comme le style Sapin, seront thématisés au sein de l'hôtel. «On y découvrira des choses qui ne seront montrées nulle part ailleurs, comme une boutique horlogère», indique François Knellwolf qui tient à cultiver le mystère. Le conservateur du Musée de l'horlogerie du Locle, l'Ecole d'Arts Appliqués de La Chaux-de-Fonds et divers artistes ont été sollicités pour donner corps à ces thématiques. Ib

L'offre s'étoffe entre institutions culturelles et activités ludiques

Le concept d'une route de l'horlogerie de Bâle à Genève était peut-être prématuré il y a quelques années, une coquille vide. Il manquait les produits pour qu'il tienne la route.» Si Vincent Matthey ne revient pas sur le potentiel d'un tel itinéraire, il peut en revanche affirmer que l'offre s'étoffe à Neuchâtel. A commencer par les trois musées incarnant le thème de l'horlogerie. En 2012, le Musée international d'horlogerie de La Chaux-de-Fonds a accueilli 36 700 visiteurs, le Musée d'horlogerie du Château des Monts au Locle plus de 12 000 personnes et le Musée d'art et d'histoires (les Automates) à Neuchâtel près de 35 500 personnes.

Trois ateliers complètent l'offre de ces trois institutions: montage d'une montre dans un atelier de microtechnique de La Chaux-de-Fonds (depuis juin 2012); l'atelier «Time Explorer» (lire ci-dessus) et en phase de lancement, le Carrou-

sel des Montres en partenariat avec le Centre de formation en horlogerie de La Chaux-de-Fonds. Des activités qui affichent leur complémentarité, notamment en ce qui concerne ces deux nouveaux produits puisqu'ils offrent tous deux la possibilité d'assembler une montre et de l'emporter. Complémentarité de l'environnement avec la zone industrielle du Locle et la vieille ville de La Chaux-de-Fonds, complémentarité du service avec des propositions de langues différentes.

Ces diverses activités sont particulièrement prisées lors des grands salons horlogers. «Surtout durant BaselWorld, confirme Vincent Matthey. A cette période les marques horlogères font visiter leur entreprise à leurs clients, d'où une présence accrue dans les musées ou les activités en lien avec l'horlogerie. Les médias profitent aussi de leur venue pour faire des reportages sur la région.» Ib

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

hoteleresults
Hotel Performance
Management

protel



Der Einsatz von Rettungskräften auf der Piste gehört schon fast zum Alltag. Bergbahnen setzen sich dafür ein, die Unfallzahlen nicht weiter anwachsen zu lassen.

ken Schneefällen zu Verzögerungen bei der Öffnung der Skigebiete kommen. Dies kommt bei den Gästen nicht immer gut an, doch geht die Sicherheit vor.» Laut Bogner trägt auch die hohe Qualität der Pisten zur Unfallverhütung bei. «Zudem haben wir eine Chill-out-Piste eingerichtet. Hiermit möchten wir die Leute dafür sensibilisieren, das Rasen und Bolzen sein zu lassen und stattdessen einfach Freude und Spass zu haben, zu relaxen und die Landschaft zu geniessen», sagt Bogner.

Freerider bringen Bergbahnen in ein Dilemma

Philipp Holenstein, der Direktor der Arosa Bergbahnen, hat beobachtet, dass auf den Pisten generell schneller gefahren wird: «Die Pisten sind besser präpariert und die Skitechnik ist viel weiter entwickelt als vor 30 Jahren.» Auch die besseren Ski und Skischuhe ermöglichen die höheren Geschwindigkeiten.

Allerdings stellt Holenstein keinen Anstieg der Unfälle fest. «Am 30. Dezember zum Beispiel hatten wir einen Spitzentag mit 11 000 Eintritten. Aber wir mussten nur gerade zwei Unfälle registrieren. Im Durchschnitt liegen die Unfälle in unserem Skigebiet bei drei pro Tag», erklärt er.

Nicolas Duc, der Stiftungsratspräsident der Kommission für Unfallverhütung auf Schneesportabfahrten (SKUS), empfiehlt den Bergbahnen, die Präventionsarbeit zu intensivieren: «Grundsätzlich verboten kann man das Fahren abseits der Piste nicht. Wenn es die Lawinensituation bedingt, kann eine Bergbahn aber Teile des Skigebietes sperren. Zudem können die Gemeinden und Kantone ebenfalls punktuelle Massnahmen ergreifen, um Gebiete ausserhalb der Schneesportgebiete temporär zu sperren.»

Können fehlbare Freerider rechtlich belangt werden? «Den rechtlichen Rahmen gibt es heute schon im Strafgesetzbuch, um polizeiliche Massnahmen auf Pisten zu ergreifen oder sogar Skipässe einzuziehen und Leute zu mahnen», erklärt Duc. «Im Wallis sind zurzeit zwei Verfahren hängig. Bergbahnunternehmen haben gegen Variantenfahrer, die Lawinen ausgelöst haben, Anzeigen eingereicht.» Schliesslich würden den Bergbahnen für Suchaktionen grosse Kosten anfallen. Nach liegen keine rechtskräftigen Urteile vor.

Duc weist darauf hin, dass es sich um «eine Frage der Durchsetzbarkeit» handelt. «Den Bergbahnen stellt sich die grundsätzliche Frage: Wollen wir diese polizeiliche Rolle spielen?»

Fortsetzung auf Seite 12

Das Risiko fährt mit

Risikobereite Schneesportler fordern die Bergbahnen zunehmend heraus. Dabei spielt der Technikfortschritt eine ambivalente Rolle. Doch insgesamt sind die Unfallzahlen stabil.

GREGOR WASER

Die elf Lawinentoten der Weihnachts- und Neujahrstage sowie der schwere Unfall von Michael Schumacher haben die öffentliche Aufmerksamkeit auf die Risiken des Schneesports gelenkt. Haben diese tatsächlich zugenommen? Und was unternimmt die Branche, um die Risiken auf und neben den Pisten zu reduzieren?

Ueli Mosimann, beim Schweizer Alpen-Club für das Thema Sicherheit zuständig,

stellt fest: «Die Kombination von wenig Schnee, einer heiklen Lawinensituation und vielen Leuten am Berg hat die Situation über die Feiertage verschärft.» Er kritisiert zudem jene Bergbahnen, die das Freeriden verherrlichen: «Die Videos an den Talstationen von Freeridern abseits der Piste in stiebendem Neuschnee und mit Sprüngen über Wechsen und Felsklippen sind heikel. Da können sich die Bahnbetreiber nicht wundern, wenn die Gäste dies auch tun.»

Gefahr durch Zunahme von Kunstschnee und Freeriden

Laut dem Chefarzt der Unfallchirurgie im Kantonsspital Graubünden, Christoph Sommer, ist der Winter bisher unfallreicher gewesen als die zwei vorangegangenen, «aber auf einem Niveau, das wir schon in früheren Jahren hatten». Die letzten zwei Winter seien zu Saisonbeginn schneereicher gewesen. «Wenn aber bloss Kunstschnee liegt, haben wir härtere und gefährlichere Verhältnisse», sagt Sommer. Zudem würden mehr Leute variantenski fahren, wobei auch hier gelte, dass bei weniger Schnee die Verhältnisse gefährlicher seien.

Die Davos Klosters Bergbahnen haben laut ihrem Sprecher Frédéric Petignat auf die Zunahme der Variantenskifahrer mit mehreren Massnahmen reagiert. «Wir bieten einige Abfahrtsrouten an, die gesichert, aber nicht präpariert sind.» Zudem stünden auf dem Jakobshorn ein

«Für Fahrer, die die Regeln missachten, haben wir keinen Bussenkatalog.»

Peter Reinle
Marketingleiter, Titlis-Bergbahnen

Berg die Räume für die verschiedenen Anspruchsgruppen zu entflechten. «Wir bieten abgetrennte Angebote für Pistenfahrer, Freestyler, Wanderer, Schlittler und Familien an», erklärt Petignat.

Eines der beliebtesten Gebiete für Freerider ist der Titlis. Wie begegnen die dortigen Bergbahnen dieser Gruppe? Marketingleiter Peter Reinle sagt: «Wir erhalten von der SKUS, der Schweizerischen Kommission für Unfallverhütung auf Schneesportabfahrten, genaue Richtlinien, ähnlich jenen im Strassenverkehr. Es geht vor allem um korrekte Markierung

und Signalisierungen bei engen oder gefährlichen Stellen.» Zudem führt der Pistendienst laut Reinle regelmässige Kontrollfahrten durch. «Bei diesen Fahrten gilt es, Präsenz zu markieren und auch mal jemanden rauszunehmen und ihm zu sagen: «Hey, das war jetzt nicht gut. Die meisten Fahrer sind da sehr einsichtig, somit kann man präventiv schon viel bewegen.» In krasen Fällen werde das Billet entzogen, das kommende Jahr vor. Eine Handhabe zur Verteilung von Bussen hätten die Bergbahnen laut Reinle aber nicht.

Eine wachsende Zahl von Freeri-

dem beobachtet auch Dieter Bogner, der Marketingleiter der Engadin St. Moritz Mountains AG: «Freeriden ist zum Trend geworden, und die Industrie hat eine neue Zielgruppe entdeckt. Für diese entwickelt sie breitere Ski, die das Pulverschneefahren ein-

facher machen.» Ob immer mehr Leute ohne das notwendige Können abseits der Pisten fahren, vermag Bogner nicht zu sagen, doch stellt er fest, dass die Mehrheit von ihnen «sehr gut ausgerüstet» ist.

Zu den durchgeführten Sicherheitsmassnahmen sagt Bogner: «Wegen der Verkehrssicherungspflicht kann es nach star-



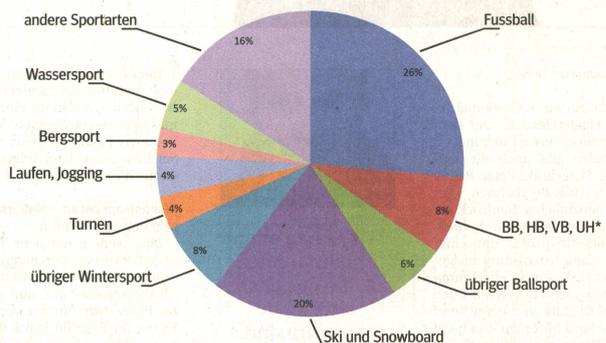
«Die höheren Tempi auf den Pisten verursachen bei uns nicht mehr Unfälle.»

Philipp Holenstein
Direktor, Arosa Bergbahnen

Wintersport ist besonders unfallträchtig

Rund 66 000 Angehörige der Schweizer Bevölkerung verunfallen jährlich beim Schneesport im In- und Ausland. Von dieser Durchschnittszahl gibt es immer wieder starke Abweichungen. So erklärt sich die Schweizerische Unfallversicherung die starke Unfallzunahme im Jahr 2003 unter anderem damit, dass im damaligen Winter die über mehrere Wochen guten Schnee- und Wetterverhältnisse mehr Schneesportler auf die Piste lockten.

Die Wintersportunfälle machen 28 Prozent aller Unfälle bei Sport und Spiel aus. Am häufigsten geschehen sie beim Skifahren (54 Prozent) und Snowboarden (18 Prozent). Diese Zahlen sind Hochrechnungen von der Statistik jener Unfälle, die unter das Bundesgesetz über die Unfallversicherung (UVG) fallen. Dies betrifft die Hälfte der Unfälle. axg



BB=Basketball, HB=Handball, VB=Volleyball, UH=Unihockey

Ski und Snowboard schneiden in der UVG-Unfallstatistik am zweitschlechtesten ab.



Peter Reinle
Alain D. Bollat

«Neue Technologien locken mehr Leute neben die Piste»

Samuli Aegerter leitet bei der Suva, der Schweizerischen Unfallversicherung, die Schneesportkampagnen. Diese Saison bilden Tourenfahrer und Freerider eine wichtige Zielgruppe.

GREGOR WASER

Samuli Aegerter, wie viele Wintersportunfälle registrieren Sie pro Saison?
Die Wintersportunfälle machen etwa ein Viertel aller Sportunfälle aus, wobei ihre Zahl über die Jahre hinweg in etwa gleich bleibt, bei rund 66.000. Das ist eine Hochrechnung der Beratungsstelle für Unfallverhütung anhand der Unfallstatistik der Unfallversicherer und der Verletzentransporte der Bergbahnen.

Was fällt in der Unfallstatistik weiter auf?

Der Anteil an Personenkollisionen wird häufig zu hoch eingeschätzt. Bei den Skiunfällen erfolgen nur 8 Prozent durch Beteiligung einer anderen Person, bei den Snowboard-Unfällen sind es nur 5 Prozent. Beim Vergleich der verletzten Körperteile fällt auf: Bei Snowboardunfällen ist eher der obere Körperbereich mit Schulter, Oberarm, Rumpf, Rücken und Gesäss betroffen, bei den Skiunfällen sind es eher Schulter, Oberarm und Knie.

Verzehrt herrscht auf der Piste Partystimmung. Schlägt sich übermässiger Alkoholkonsum in den Unfallstatistiken nieder?

Dazu haben wir leider keine Zahlen, weil der Alkoholkonsum aus Unfallprotokollen nicht ersichtlich ist. Und wer gibt schon an, wenn er verunfallt ist, dass er zu viel

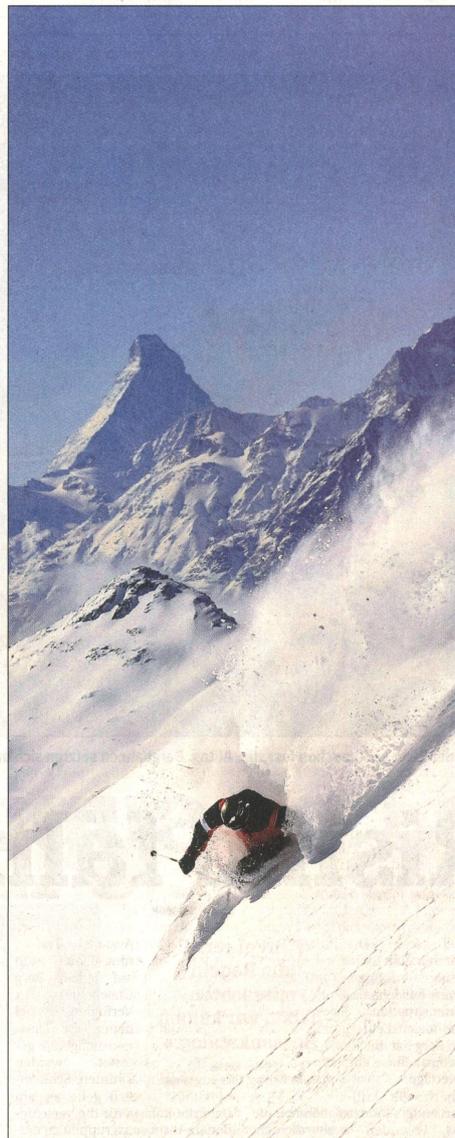
getrunken hat? Unsere Haltung ist klar: Alkohol schränkt die Wahrnehmung und Reaktionsfähigkeit ein und stellt somit für Skifahrer und Snowboarder ein erhöhtes Risiko dar. Ich denke, der Schneesport ist so schön, da braucht es nicht auch noch Alkohol dazu. Das Schöne des Sports in den Vordergrund zu rücken, bringt bei diesem Punkt vielleicht mehr als der drohende Zeigefinger. Die Suva hat aber zurzeit keine Grundlage, um in diese Richtung eine breit angelegte Kampagne zum Thema Alkohol zu lancieren.

Welche Auswirkungen haben Carving-Ski auf die Art der Unfälle?

Die Hälfte der jährlich 66.000 Sportunfälle fällt unter das Bundesgesetz über die Unfallversicherung. In diesem Bereich stellen wir fest, dass Frakturen zugenommen haben. Das ist ein Indiz dafür, dass auf den Pisten schneller gefahren wird. Bei unseren Crashtests mit einem Tempo von 50 Stundenkilometern – einer Geschwindigkeit, mit der viele auf der Piste unterwegs sind – hat sich gezeigt, dass es zu schweren inneren Verletzungen kommen kann.

Was empfehlen Sie beim Gebrauch von Carving-Ski?

Stark taillierte Ski stellen beim Carven hohe Anforderungen an die körperliche Fitness. Um mit den grösseren Kräften, die in den Steuerphasen entstehen, umzugehen, gilt es, Beine und Rumpf zu trainieren – am besten schon im Herbst. Wir haben eigens ein Top-10-Programm aufgestellt, das auf suva.ch unter Prävention, Schneesport zu finden ist. Und zur Unfallprävention hat die Suva die Smartphone-App «Slope Track» lanciert. Diese zeichnet auf der Piste die zurückgelegte Abfahrt, die Höhendifferenz und die persönliche Geschwindigkeit auf und macht auf besondere Gefahren aufmerksam. Zudem können Informationen über das Skigebiet sowie die Schnee- und Wetterverhältnisse abgerufen werden.



Freerider gehen auf ihren Abfahrten abseits der Piste oftmals ein höheres Risiko ein.
swiss-image.ch/Christian Perret

Welche weiteren Entwicklungen gibt es beim Material?
Wir schätzen, dass die Beliebtheit von Tourenski gestiegen ist. Im Bereich Freeride sind viele Ski und Snowboards mit Rocker-Technologie zu beobachten: Die Enden und Spitzen sind stärker nach oben gebogen und machen das Tiefschneefahren einfacher. Das zieht noch mehr Leute neben die Piste.

Wo legt die Suva diesen Winter den Schwerpunkt bei der Prävention?

«Es gibt leider keine Zahlen zum Einfluss von Alkohol auf die Unfallstatistik.»

Samuli Aegerter
Schneesport-Kampagnenleiter, Suva

Bei der Lawinenunfallprävention und der Lawinenkunde. Denn leider sind jedes Jahr durchschnittlich 25 Lawinentote zu beklagen. In den letzten zehn Jahren sind insgesamt 2000 Personen von einer Lawine erfasst worden. Wir haben zusammen mit dem WSL Institut für Schnee- und Lawinenforschung (SLF) das Online-Tool «White Risk» entwickelt, eine webbasierte, interaktive Plattform, die auch als App erhältlich ist auf dem iTunes Appstore und dem Google Play Store. Sie sensibilisiert für die Lawinengefahr abseits gesicherter Pisten und vermittelt umfassendes Wissen. Denn Kenntnisse, Erfahrung und eine seriöse Planung sind unerlässlich für die richtige Einschätzung der Lawinengefahr.

Wie funktioniert die App? Und was ist deren Nutzen?

Die App «White Risk» richtet sich an Tourenfahrer und Freerider, die abseits der Pisten fahren. Integriert sind das Lawinenbulletin sowie Wetter- und Schneeedaten. Weiter angereichert ist die App mit Hintergrundwissen. Tools wie der «Analyser» helfen, die Lawinensituation im Gelände richtig einzuschätzen. Auf der Webversion kann man unter «Tour» die eigene Route zusammenstellen und planen. Zudem lässt sich die vorgesehene Tour auf den Karten von Swisstopo im Massstab von 1:25.000 eintragen, das Höhenprofil anzeigen, das Lawinenbulletin und die Wetterprognosen integrieren und die Gefahrenstellen markieren. Zum Ausprobieren kann eine 24-Stunden-Lizenz gelöst werden.

Und wie erreichen Sie die Tourenfahrer und Freerider?

Im Dezember haben wir eine Medienkonferenz zur Lancierung von «White Risk» durchgeführt. Mit der Online-Tourenplanung hoffen wir, die Bedürfnisse einer vernetzten und digital orientierten Zielgruppe zu treffen. Für die Suva und das SLF steht ausser Frage: Wer neben der Piste Schneesport betreibt, sollte sich das notwendige Wissen aneignen und die Touren sorgfältig planen.

Haben Sie weitere Massnahmen geplant?

Um Schneesportler für die richtige Tourenplanung und das angemessene Verhalten im Gelände zu sensibilisieren, organisieren die Suva und das SLF im Februar 2014 vier «White-Risk»-Camps – in St-Luc im Wallis, in Schwarzeesee in Freiburg sowie in Andermatt und Davos. Den Teilnehmenden wird der Umgang mit Gefahren beim Freeriden, Tourengehen und Schneeschuhlaufen unter professioneller Anleitung nähergebracht.



Samuli Aegerter, Suva.

Fortsetzung von Seite 11

Oder wollen wir auch einmal jemanden laufen lassen? Duc sieht die Bahnen in einem Dilemma.

Zu reden gibt auch die modernere Skitechnik. Peter Reinle von den Titlis-Bergbahnen sagt: «Mein persönlicher Eindruck ist: Je mehr die Leute mit Helmen und Rückenpanzern, mit einer halben Kampfausrüstung ausgestattet sind, desto schneller fahren sie. Ich weiss, ich bewege mich hier auf Glatteis, und beim Bund und der Suva hört man dies nicht gerne: Wenn man einigen den Helm wegnehmen würde, würden sie langsamer fahren.» Die Ausrüstung gebe schlechten Skifahrern eine falsche Sicherheit.



«Wir bieten einige Abfahrtsrouten an, die gesichert, aber nicht präpariert sind.»

Frédéric Petitgnat
Sprecher, Davos Klosters Bergli

Der Churer Unfallchirurg Christoph Sommer widerspricht: «Das ist Unsinn. Die Vorteile eines Helmes überwiegen deutlich. Mit der breiten Nutzung von Helmen sind Schädel- und Hirnverletzungen deutlich zurückgegangen.»

Alkoholkonsum als Unfallursache sehr unwahrscheinlich

Eine weitere mögliche Unfallursache wird von den Bergbahnen durchs Band weggewischt: der Alkoholkonsum auf und neben der Piste. Dieter Bogner sagt: «Wir haben im Engadin keine «Ballermann-Touristen» bei uns, wie sie eher in einigen österreichischen Skigebieten anzutreffen sind. Dass mal einer überhockt und wir ihn zur Bahn begleiten, das



«Für uns stellt übermässiger Alkoholkonsum auf den Pisten kein Problem dar.»

Matthias In-Albon
Stv. CEO, Saastal Bergbahnen

kommt hingegen schon vor.» Auch Peter Reinle ortet kein Problem: «Vielleicht trinkt mal einer ein Kafi Träsch zu viel und fällt einmal mehr um, aber es ist nicht so, dass es deswegen mehr Unfälle oder Kollisionen gibt.»

Für Matthias In-Albon, den stellvertretenden CEO der Saastal Bergbahnen, gehört Après-Ski zu einem gelungenen Skitag: «Die Party-Szene in Saas-Fee findet aber mehrheitlich im Dorf statt. Ein übermässiger Alkoholkonsum auf Pisten stellt kein Problem dar.»

Melanie Keller von der Weissen Arena Gruppe in Laax sagt: «Da die meisten Bars und Restaurants auf der Piste und die Bergbahnen zur Weissen Arena Gruppe gehören, arbeiten diese Hand in Hand

zusammen. So kann es schon vorkommen, dass bei übermässigem Alkoholkonsum der Ausschank gestoppt wird.»

Frédéric Petitgnat von den Davos Klosters Bergbahnen verweist auf eine Studie, die das örtliche Spital vor einigen Jahren durchgeführt habe. Die Bluttests bei verunfallten Schneesportlern hätten gezeigt, dass Alkohol keinen Einfluss auf das Unfallgeschehen habe – ein Befund, den Christoph Sommer vom Kantonsspital in Chur teilt: «Betrunkene haben wir eigentlich nie. Auch die Statistiken zeigen: Kollisionen, die vermeintlich von Alkoholisieren verursacht werden, erfolgen selten. Nur bei 7 Prozent der Unfälle sind zwei Fahrer involviert.»



Instituts für Schnee- und Lawinenforschung sprechen hier eine deutliche Sprache.

Winter 2012/2013: Jedes dritte Lawinenopfer war ein Freerider

Zwar beläuft sich die Anzahl der jährlichen Lawinenopfer seit der ersten Hälfte des letzten Jahrhunderts im Durchschnitt konstant bei 25 (siehe Grafik). Doch während früher insbesondere Gebäude und Verkehrswege – zu denen auch Pisten zählen – betroffen waren, wurden in den letzten 20 Jahren fast ausschliesslich Personen im freien Gelände tödlich von einer Lawine erfasst. Davon viele, die als Variantenfahrer die Bergbahn als Aufstiegshilfe nützten, dann aber abseits der Skipiste Richtung Tal fuhren. In der letzten Wintersaison betraf gesamt-schweizerisch fast jedes dritte tödliche Lawinenunglück einen Freerider. Die Zermatt Bergbahnen bieten ihren Schneesportgästen deshalb 16 Freeriderouten: Gelb markierte Abfahrtsrouten, nicht präpariert, aber gesichert – und gegebenenfalls gesperrt.

Kunstschnee als Gefahrenquelle lassen weder der SLF-Wissenschaftler noch die Bergbahnbetreiber gelten. «Kunstschnee hat einen positiven Effekt auf die Sicherheit», ist Christoph Marty überzeugt. Der vom Menschen produzierte Schnee erlaube eine homogenere Piste, Löcher und Steine als Gefahrenquelle können bedeckt werden. Das überwiege klar den Fakt, dass Kunstschnee kompakter sei und damit bei einem Unfall einen härteren Aufprall bedinge.

Gestiegen sind die Investitionen in die Sicherheit

Die Naturgefahren für den Schneesport haben, so also das Fazit aus Forschung und Praxis, im Allgemeinen nicht zugenommen. Trotzdem sind die Investitionen in die Sicherheit klar gestiegen. Ein Viertel der Kosten entfalle heute auf die «Pistenangebotsbereitstellung», gewährt Markus Meili einen Blick in seine Geschäftsbücher. Das sei deutlich mehr als noch vor 20 Jahren. Das fängt an bei der Ausbildung der Mitarbeiter und reicht über Absperrungen und Pistenpräparation bis hin zur Lawinensprengung.

«Die Ansprüche an die Pistensicherheit sind deutlich gestiegen», bestätigt auch Markus Hasler. Nicht nur seitens der Gäste, auch die Vorschriften der Schweizerischen Kommission für Unfallverhütung würden jährlich verschärft. Zehn Tonnen Sprengstoff hätten die Zermatt Bergbahnen für die Sicherheit ihrer Gäste im letzten Winter eingesetzt. Der Aufwand wird wohl auch in Zukunft nicht kleiner.

Jedes Jahr fordern Lawinen rund 25 Todesopfer. Im Durchschnitt. Betroffen sind vor allem Tourenskifahrer und Freerider.

Heinz Beutler

Lawinenlage ist stabil

Trotz Klimaerwärmung bleibt die Anzahl der Lawinen konstant. Auch die Zahl der Lawinenopfer stagniert. Gleichwohl tun Bergbahnen immer mehr für die Sicherheit.

GUDRUN SCHLENCEZK

Wie viele Lawinen jährlich in den Schweizer Alpen runtergehen, kann Christoph Marty, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Schnee- und Lawinenforschung SLF, nicht sagen. Damit auch nicht, ob die Zahl der Lawinen in den letzten Jahrzehnten zugenommen hat oder nicht. «Die Dunkelziffer bei den Lawinenmeldungen ist gross», erklärt der Wissenschaftler. Für die Zukunft erwartet Christoph Marty keinen Anstieg bei den Lawinenniedergängen: Denn die Klimaerwärmung habe auf die Auftretenswahrscheinlichkeit dieses Naturphänomens für einmal keinen Einfluss. «Lawinen kümmern sich nicht um das Klima, sondern um das Wetter», zitiert Marty die Forschung. Die Lawine sei ein Kurzzeiteignis, welches ausschliesslich durch die momentane Wetter-situation ausgelöst wird – unabhängig von langfristigen Klima-entwicklungen. Im Gegenteil: Die

Klimaerwärmung könne indirekt eine stabilisierende Wirkung auf die Schneedecke haben und so die Zahl der Lawinenniedergänge senken. Grund: Im Zuge der Erwärmung regne es mehr und die Temperaturen steigen. Das führe dazu, dass verbindende Kräfte die Schneedecke tendenziell kompakter werden lassen.

Oberhalb von 2000 Metern wird das bis im Jahre 2100 erwartete Mehr an Niederschlag von 5 bis 8 Prozent allerdings weiterhin als Schnee fallen. Das könnte die Lawinenproblematik in dieser Höhe wiederum grundsätzlich forcieren, räumt Christoph Marty ein. Auch zugenommen habe in den letzten 20 Jahren die Steinschlag-gefahr, insbesondere in Permafrostgebieten, stellt Markus Hasler, CEO der Zermatt Bergbahnen, fest.

Nicht mehr Lawinen, aber andere Lawinentypen

Ändern wird sich im Zuge der Erwärmung des Klimas jedoch die Häufigkeit bestimmter Lawinentypen. Christoph Marty registriert bereits heute eine Tendenz zu mehr Nassschneelawinen: insbesondere im Frühjahr, aber auch im Hochwinter in tieferen Lagen zwischen 1000 und 2000 Höhenmetern. «Nassschneelawinen werden künftig vermehrt auftreten», lautet seine Prognose.

Das Erfassungsrisiko ist bei einer Nassschneelawine nicht grösser: Da kompakter und schwerer, bewegt sie sich nach Auslösung langsamer talwärts. Die Möglichkeit auszuweichen ist damit eher gegeben, was das Risiko, von ihr erfasst zu werden, verringert. Ist das je-

doch der Fall, dann ist die Letalitätsrate durch Erstreckung deutlich höher als bei einer Trockenschneelawine: «Eine Nassschneelawine ist wie Beton.»

Marty erachtet die Nassschneelawine mehr als Problem für den Pistenbetreiber als für den Schneesportler. «Nassschneelawinen sind weniger leicht zu sprengen», meint der SLF-Forscher. Markus Hasler bestätigt: «Nassschneelawinen kann man künstlich auslösen, aber es ist schwieriger.» Der Skitourenfahrer oder Freerider selbst werde zudem eher seltener unter Nassschneebedingungen unterwegs sein, so Marty weiter, und pulvrigen Schneeverhältnissen den Vorrang geben.

Bei den Bergbahnen verzeichnet man grundsätzlich keine Zu-

nahme der alpinen Gefahren. «Verändert hat sich die Haltung der Gäste», stellt Markus Hasler vielmehr fest. Markus Meili, Geschäftsführer des Bergbahnunternehmens Engadin St. Moritz Mountains, konstatiert eine «Vollkasko-Mentalität», die Selbstverantwortung des Individuums sinke. Einerseits müsse die Piste heute so sicher sein wie ein Lebensmittel. Andererseits ist ein Fahren abseits der Piste ein klarer Trend. Dank breiter Ski oder Snowboards wird das Tiefschneefahren auch für Ungeübte zum Genuss. «Heute bewegen sich viele Schneesportler mit wenig Kenntnis im Tiefschnee», beobachtet Markus Hasler.

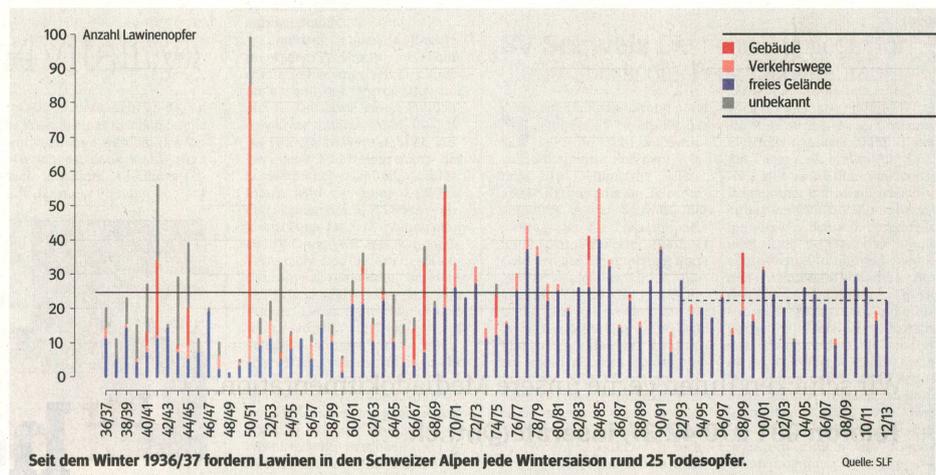
Dass das mit entsprechenden Gefahren verbunden ist, versteht sich von selbst. Die Zahlen des



«Heute bewegen sich viele Schneesportler mit wenig Kenntnis im Tiefschnee.»

Markus Hasler
CEO Zermatt Bergbahnen

Lawinenopfer vor allem im freien Gelände



«Nassschneelawinen werden künftig noch vermehrt auftreten.»

Christoph Marty
SLF Davos

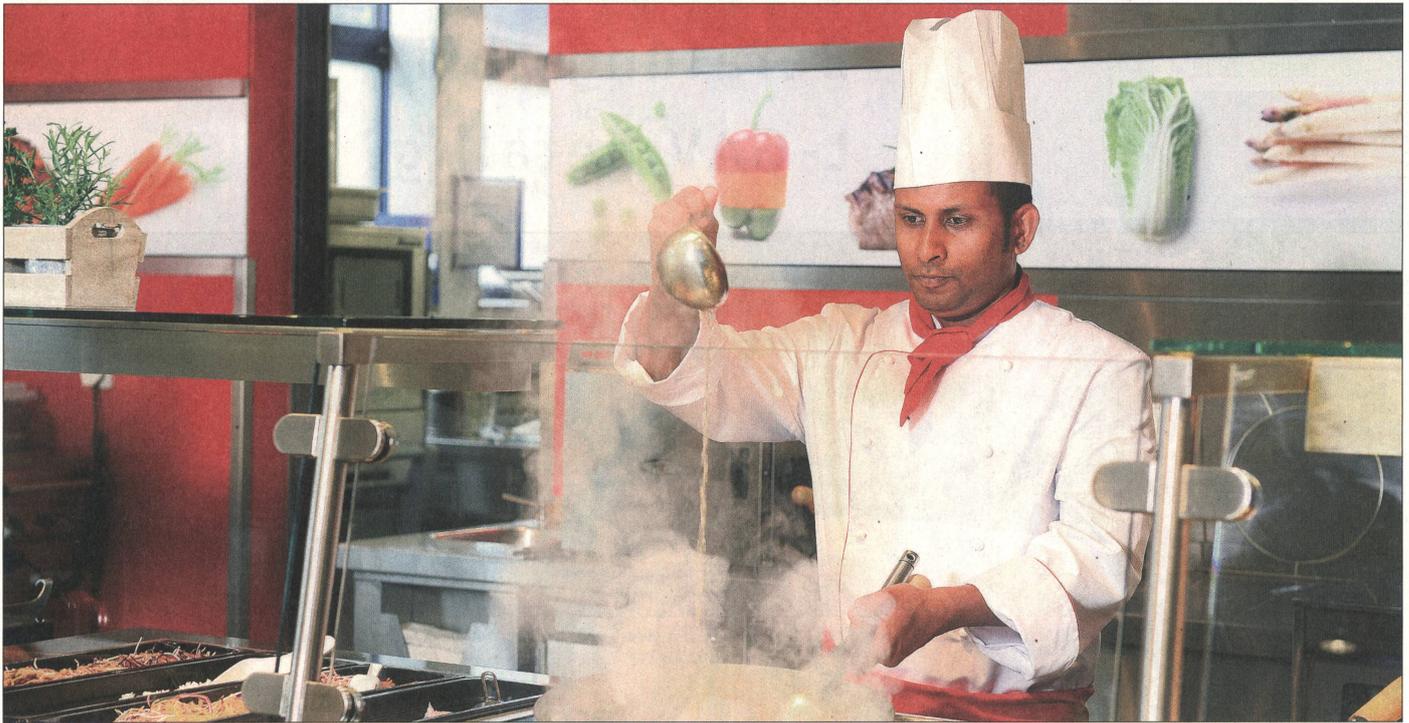
Hier orientiert sich Ihr Kunde!

htr – Werbung ohne Streuverluste.

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, inserate@htr.ch

htr hotel revue



Gesundheit, Frische und Regionalität sind in der Gemeinschaftsverpflegung schon selbstverständlich. Für mehr Akzeptanz bei den Gästen suchen die Caterer nun die Nähe zu externen Partnern.

SV Group

Viel «Action» für den Gast

Klassische Promotionswochen und eigene Brands reichen den Caterern als Marketingmittel nicht mehr. Starke externe Partner sollen mehr Glaubwürdigkeit bringen.

GU DRUIN SCHLENCZEK

Im Personalrestaurant ist der Gast – zumindest unter der Woche – Stammgast. Meistens zwangsläufig und insbesondere dann, wenn alternative Verköstigungsmöglichkeiten in der Umgebung fehlen. Für den Verpfleger bedeutet das einerseits einen garantierten Absatz, was Menüplanung, Einkauf und damit die Kalkulation erleichtert. Andererseits gilt es, die

eben nicht immer freiwilligen Stammgäste tagtäglich bei Esstische zu halten. Denn ist der Mitarbeiter von der Kochkunst des Caterers überzeugt, so ist die Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber tendenziell langfristiger. «Zufriedene Gäste heisst auch zufriedene Kunden, sprich Firma oder Mandant», formuliert Bettina Westenfelder, Business Development & Marketing Deutschschweiz bei DSR, als Erfolgsformel.

DSR sichert sich Exklusivvertrag mit René Schudel für zwei Jahre. Um Gäste und damit die Auftraggeber bei Stange zu halten, lassen sich die Schweizer Contract Caterer einiges einfallen. Dabei geht das Engagement inzwischen deutlich über das klassische, jährlich wechselnde Promotionsprogramm hinaus. Mit langfristigen Food-Konzepten, im Idealfall mit externen Partnern von Rang und Namen, bemühen sich die Caterer um die Gunst der Gäste und damit der Kunden. Beispiel DSR: Der aus der Westschweiz stammende



«Ein offizielles Label wie Fourchette Verte hat eine ganz andere Wirkung.»

Peter Lutz
Leiter Marketing SV Group

Caterer hat gerade für die Deutschschweiz für die Jahre 2014 und 2015 einen Exklusivvertrag mit René Schudel abgeschlossen. Der bekannte Fernsehkoch darf in dieser Zeit mit keinem anderen Caterer zusammenarbeiten. Es sei das erste Mal, dass die DSR-Niederlassung Deutschschweiz eine langfristige Partnerschaft mit einem Spitzenkoch eingehe, so Westenfelder. Jeden Monat wird René Schudel einmal pro Woche eine Menükombi kreieren, welche dann in allen Deutschschweizer Restaurants aufgetischt wird. Achtmal wird er selbst vor Ort sein und mitkochen. Neuen Schwung verspricht sich DSR durch den TV-Koch aber nicht nur auf Gästeseite. Schwung soll Schudel auch in die DSR-Küchen selbst bringen: «Wann immer er in einer Küche auftaucht, herrscht grosse Aufregung», berichtet Westenfelder. Aufgrund dieser Begeisterung will DSR ihren Köchen mehrere Kochkurse mit René Schudel anbieten.

SV Group verabschiedet sich von eigenen Brands

Langfristig ist auch das Engagement der SV Group mit «Fourchette Verte» angelegt. Der Caterer hat mit der Organisation mit Sitz in Lausanne einen Fünfjahresvertrag unterzeichnet. Das Label Fourchette Verte steht für ausgewogene Mahlzeiten nach der Schweizer Lebensmittelpyramide. Intern wird das neue Zertifikat den eigenen Brand «LiveEasy» ablösen. Peter Lutz, Marketingleiter der SV Group, will mit Fourchette Verte nicht nur die Ära des Kalorienzählens beenden, sondern auch jene der hausgemachten Brands. Derer hatte SV Schweiz schon einige: «Fit@work» und «Fit@live» lauteten frühere Versuche. «Damit haben wir nie mehr als 10 bis 20 Prozent der Mitarbeiter erreicht», so Lutz. Ein «offizielles Label» hätte eine ganz andere Wirkung ist Lutz überzeugt: In Westschweizer Betrieben des Caterers würden dank Fourchette Verte 30 bis 40 Prozent der Essen

auf die ausgewogene Kost entfallen. Allerdings muss die Bekanntheit in der Deutschschweiz sich erst beweisen. Verbreitet ist das Label bis anhin vor allem in der Westschweiz. Rund 1150 Gastronomiebetriebe bieten dort die Menüs mit der grünen Gabel an, in der Deutschschweiz sind es erst 100. Mit der SV Group könnte der Organisation nun der definitive Sprung über den Röstigraben gelingen. Rund zwei Drittel der über 300 SV-Restaurants und -Mensen sollen in den kommenden Jahren gestaffelt das Zertifikat Fourchette Verte erhalten. Möglich ist das, weil die SV Group die jährlich anfallenden Zertifizierungskosten, die sonst meist vom Kanton getragen werden, übernimmt. Exklusiv ist die Zusammenarbeit nicht: In der Westschweiz verwenden neben Restaurateuren auch andere Caterer das Label.

Alle Erwartungen übertroffen hat «One two we»: Das Klimaschutzprogramm der SV Group in Zusammenarbeit mit dem WWF Schweiz zeigt, dass es sich lohnt,

einen bekannten externen Lizenzpartner mit ins Boot zu holen. Ende 2013 hatten fast 50 Prozent mehr Betriebe das Klimaschutzprogramm eingeführt als erwartet (42 statt 30). «Bis Ende 2014 rechnen wir mit 80 Personalrestaurants, die am Programm teilnehmen», gibt sich Projektleiter Kornell Otto zuversichtlich. Auch bei den Tochtergesellschaften in Deutschland und Österreich zeigen die Zuständigen bereits Interesse am Programm.

Um ihre Gäste und Kunden zu überzeugen, scheuen die Caterer dabei keine Kosten. Die Zertifizierungskosten für Fourchette Verte kosten den Caterer jedes Jahr 100'000 Franken. Deutlich mehr geht das Klimaschutzprogramm ins Geld: In den ersten drei Jahren wird die SV Group für «One two we» über eine Million Franken investieren. Beispielsweise werden bis Ende 2014 rund 140 Küchenchefs zu Rolf Hill in die Kochschule geschickt. Zumindest haben sich die Kosten in den Betrieben die Waage gehalten.

Preisgekrönt «Lunch4Vitality»

Erfolg mit einem eigenen Brand hat die Gastronomie des Inseleospitals in Bern. Das Universitätsspital wurde mit dem diesjährigen Grand Prix Suisse «Gesundheit im Unternehmen» – der Preis wird unterstützt vom Bundesamt für Gesundheit – für sein Ernährungskonzept «lunch4vitality» ausgezeichnet. Bei «lunch4vitality» wird der bisherige Tagesteller mit Fleisch, Brot und Suppe durch ein modulares Angebot ersetzt. Der Gast wählt aus acht Komponenten, bestehend aus zwei Gemüsebeilagen, Salat, Fruchtkompott, Fleisch oder fleischlos und zwei Stärkebeilagen aus und bezahlt dafür einen fixen Preis. Der tägliche Fruchtkonsum ist dank dem

neuen Menüsystem um rund 20 Kilogramm (oder 200 Portionen) gestiegen. Zudem ist das Ganze wirtschaftlicher, wie Bernhard Tanner, Leiter Gastronomie und Initiator des Projekts, erklärt: Das

Brot gibt es nicht mehr gratis, auf das Kochen einer frischen Suppe kann verzichtet werden, das Vegi-Gericht ist dank Wahlsystem gleich integriert. Allerdings bedürfte das mehr Planung. gsg



Bernhard Tanner (re.) erklärt das Modul-Konzept.

Fabian von Unwerth

SV Schweiz Der neue Verpfleger für die 17 Swisscom-Personalrestaurants

Statt Compass Group sorgt nun die SV Group für das leibliche Wohl der Swisscom-Mitarbeiter. Seit dem 1. Januar 2014 betreut der Caterer alle 17 Restaurants des Telekommunikationsanbieters in der Schweiz. Ein Auftrag, der die Nummer eins unter den Schweizer Contract Caterern auf einen Schlag noch grösser werden liess: Ende Januar zählte die SV Group 325 Betriebe. Täglich werden für die Swisscom-Mitarbeitenden 6000 Mahlzeiten zubereitet. Und das zu einem deutlich günstigeren Preis als beim Vorgänger. Gemäss SV Group wurden die Preise des gesamten Angebots – vom Kaffee bis zum Menü – um bis zu 30 Prozent gesenkt. «Wir rechnen mit einer guten Frequenz, welche die Preisreduktionen

wieder auffängt», erklärt Manuela Stockmeyer, Group Communications Manager. Dafür bietet der Caterer ein breites Angebot: Neu gibt es in den Swisscom-Restaurants ein Menü, welches ausschliesslich mit Komponenten aus der Schweiz hergestellt wird. Das vegetarische Menü wird wechselnd auf verschiedenen Menülinien offeriert. Bei den Hauptmenülinien weist SV Group die Richtwerte für die Tageszufuhr sowie die Kalorien aus. Als gesunde Linie serviert man «LiveEasy»-Menüs, die im Sommer durch «Fourchette-Verte»-Menüs abgelöst werden (siehe Hauptartikel). Ab März 2014 wird in den Restaurants der Swisscom zudem das Klimaschutzprogramm «One two we» der SV Group eingeführt. gsg

Beratung zum L-GAV gefällig?



Antworten zum L-GAV

Unsere Rechtsberatung steht für Fragen aus dem Arbeitsrecht, dem L-GAV und für allgemeine Rechtsauskünfte zur Verfügung.

Für Mitglieder bietet sie zudem allgemeine Auskünfte im Bereich Personalwesen, die Übernahme von Mandaten und einen Inkassodienst.

Finden Sie Antworten zu Mindestlöhnen und weiteren rechtlichen Fragen unter www.hotelleriesuisse.ch/rechtsberatung



hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.

hotelleriesuisse 
Swiss Hotel Association



Vereint eine über 150-jährige Geschichte mit neuen Elementen wie dem Kronenhof Spa: das preisgekrönte Grand Hotel Kronenhof in Pontresina.

Bilder kronenhof.com/zvg

Krönung für den «Kronenhof»

Das 5-Sterne-Superior-Haus Grand Hotel Kronenhof in Pontresina hat bei den «Travellers' Choice Awards» von Tripadvisor zünftig abergeräumt – unter anderem als «Top Hotel weltweit». Direktor Marc Eichenberger sagt, wieso.

SABRINA GLANZMANN

Marc Eichenberger, wenn es nach der Tripadvisor-Community geht, ist der «Kronenhof» das beste Hotel der Welt. Was machen Sie in Pontresina besser als andere Häuser?
Diese Fragen stellen wir uns natürlich auch – alleine in der Schweiz gibt es ja zahlreiche tolle Hotels, mit zum Teil noch grosszügigeren Zimmern oder noch luxuriöserer Ausstattung, als wir es haben. Hervorgehoben in den Bewertungen wurden besonders

«Kronenhof»-Direktor Marc Eichenberger.



unsere Servicequalität und Gastfreundschaft, was natürlich sehr erfreulich ist.

... Punkte, die gerade in der Luxushotellerie aber keine abwegigen Gästebedürfnisse und -ansprüche sind. Das stimmt natürlich – ich denke aber, dass bei uns noch weitere Aspekte mitspielen und zu diesem Resultat führen. Für unser grösstes Segment, die Feriengäste, führen wir eine sehr umfangreiche Angebotspalette. Diese Saison gehört etwa exklusives Nachtskifahren auf einer eigens für unsere Gäste geöffneten Piste dazu. Und auch die Lage mitten in der Engadiner Landschaft und die 160-jährige Geschichte des Hauses, welche wir ganz bewusst einbinden – das können vergleichbare, neu gebaute Hotels zum Beispiel nicht bieten.

Welche Rolle spielen die Investitionen, die Eigentümerin Grand Hotels Engadinerkulm AG in den letzten Jahren vornahm?
Eine zentrale, gerade der Zubau mit dem Kronenhof Spa ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Der Gast erwartet in einem 5-Sterne-Haus heutzutage einen Wellnessbereich, da es ein bedeutsamer Bestandteil des Gesamtaufenthaltes geworden ist.

Schon beim letztjährigen Travellers' Choice Award wurde der «Kronenhof» zum besten Schweizer Hotel gekürt, jetzt noch zum besten weltweit. Was ist in diesem Jahr – Sie selbst sind seit März 2013 Direktor – passiert?
Zum einen stellen wir fest, dass unsere Gäste Schritt halten und die meisten nach dem Aufenthalt wirklich bewerten und kommentieren. Obwohl die Schweiz und Deutschland unsere wichtigsten Herkunftsländer sind, haben zum anderen auch internationale Gäste vermehrt bewertet, das hat sicherlich zur breiteren Streuung beigetragen. Generell ist dieser Erfolg aber nicht nur die Leistung dieses einzelnen Jahres. Meine Vorgänger Jenny und Heinz E. Hunkeler und alle langjährigen Mitarbeitenden haben natürlich seit Jahren darauf hingearbeitet und sehr viel dazu beigetragen.

Rufen Sie die Gäste aktiv zum Bewerten auf?
Ja. Alle Gäste werden bei der Abreise mündlich und mittels Flyer gebeten, uns zu bewerten, sei es auf Tripadvisor oder auf einem anderen Portal. Weiter ist uns auch wichtig, dass wir, und zwar nicht nur ich als Direktor, während des Aufenthaltes einen engen Kontakt zum Gast pflegen, immer wieder mit ihm sprechen, um uns zu vergewissern, dass alles in Ordnung ist. Sonst müssen wir sofort reagieren.

Ist Bewertungsmanagement im «Kronenhof» Chefsache? Alle Benachrichtigungen zu

Bewertungen kommen zuerst zu mir, und wir sondieren sie nach denen, die wir als positiv entgegennehmen dürfen und nach denen mit kritischem Feedback, wo wir sofort reagieren müssen. Letztere schaue ich mit den betroffenen Abteilungen direkt an, ausserdem werden die Gäste-Einträge auf den Portalen und der Umgang damit täglich im Team-Meeting besprochen. Allerdings ist uns wichtig, bei kritischen Gästeeindrücken wenn immer möglich bereits vor Ort reagieren zu können und diese nicht erst nach Abreise via Bewertungsportalen zu erfahren.

Auf positive Bewertungen reagieren Sie also nicht, nur auf negative?

Selbstverständlich reagieren wir auf positive Bewertungen. Weil wir viele wiederkehrende Gäste haben, zum Teil sogar innerhalb einer Saison, bedanken wir uns bei ihnen persönlich beim Check-in und der Anreise für die tolle Bewertung. Wir zeigen dem Gast so ganz direkt, dass wir das registriert und geschätzt haben. Mit diesem Vorgehen machen wir sehr gute Erfahrungen.

Wie buchungsrelevant war der letztjährige «Travellers' Choice Award»?
Er hatte einen direkten Einfluss auf die Buchungslage. Ein beachtlicher Anteil unserer Neugäste gibt heute an, via Bewertungsportalen auf uns aufmerksam geworden zu sein.

Fakten Der Hoteldirektor und sein ausgezeichnetes Haus

Marc Eichenberger (39) ist seit März 2013 Direktor des Grand Hotel Kronenhof in Pontresina. Der Nachfolger von Jenny und Heinz E. Hunkeler, die als Gastgeber in das Schwesterhaus Kulm Hotel St. Moritz wechselten, war zuvor zuletzt Stv. Direktor im 5-Sterne-Resort Park Weggis. Der diplomierte Hoteller-Restaurateur HF/SHL konnte jetzt in sechs Kategorien den «Travellers' Choice Award» des Online-Portals Tripadvisor entgegennehmen. Es sind dies die 1. Plätze für das «Top Hotel» weltweit sowie in Europa

und in der Schweiz. Platz 1 gab es auch in der Kategorie «Luxus Hotels Schweiz», Platz 2 bei den Romantikhôtels Schweiz und Platz 3 bei den Luxushotels Europa. Tripadvisor hat die Awards heuer zum zwölften Mal vergeben, in der Schweiz dieses Mal an insgesamt 114 Betriebe. Die Resultate basieren dabei auf den Bewertungen und Meinungen von «Millionen Responder der Community», so Tripadvisor. **Auflistung der Top-Hotels und die Schweizer Award-Gewinner:** htr.ch/travellers-choice-awards

Wettbewerb

15. Swiss Coffee Championship in St. Gallen



ZVG

Während der Ferienmesse in St. Gallen, die dieses Wochenende (7. bis 9. Februar) stattfindet, messen sich die besten Baristas der Schweiz in den Kategorien «Barista», «Latte Art», «Cup Tasting» und «Brewers Cup». An den 15. SCAE Barista Schweizer Meisterschaften nehmen rund 70 Fachleute aus allen Landesteilen teil. Der oder die Erstplatzierte wird die Schweiz entweder in Melbourne oder in Rimini an den World Coffee Championships vertreten. Parallel zum Swiss Coffee Championship gibt es eine Ausstellung zum Thema Kaffee. www.swissca.ch

News

4,3 Milliarden Euro Champagnerumsatz im 2013

Der Champagner-Gesamtverband CIVC schätzt den weltweiten Absatz von Champagner für das Jahr 2013 auf 304 Mio. Flaschen (Vorjahr: 308,8 Mio. Flaschen, -1,5%). Das geht aus einer Mitteilung des Bureau du Champagne Suisse hervor. Dabei hätte der Dezember mit fast 15% Anteil am Jahresabsatz den Rückgang der Vormonate teilweise ausgeglichen. Der weltweite Umsatz der Häuser und Winzer der Champagne erreichte im Jahr 2013 mit 4,3 Mrd. Euro (4,37 Mrd. im Vorjahr) wieder das Niveau der Vorjahre. Das entspricht dem fünfthöchsten Umsatz in der Geschichte des Champagners.

Kultur

Neue Schweizer Sondermünzen für Sammler



ZVG

Die Eidgenössische Münzstätte Swisssmint hat zwei neue Sammler-münzen lanciert. Die Bi-metallmünze hat den im luzernischen Sursee verwurzelten Brauch «Gansabbauet» zum Thema. Laut Swisssmint würdige man damit «diesen in der Schweiz einzigartigen Brauch». Entworfen hat die Münze der Luzerner Künstler Thyl Manuel Eisenmann. Die neue Silbermünze «50 Jahre Patrouille Suisse» dagegen stellt die Kunstflugstaffel der Schweizer Luftwaffe in den Fokus. Diese begeistert «ein breites Publikum im In- und Ausland», so Swisssmint, und sei damit ein Werbeträger für das ganze Land. Gestaltet hat sie der Schweizer Illustrator Angelo Boog. www.htr.ch

Impressum

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

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Morbijoustrasse 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 Caldaraca/aca
fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/lb;
Gudrun Schlenzcek/gsg
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secchi/cbs;
Roland Gerber/rg; Sarah Hinni/shi (Praktikantin);
Daniel Steimlste
Korrektorat: Paul le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak

htr Online
Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Alesich/hpa
Praktikum: Artrisha Veljiu/vv
Koordination: Daniel Stein

Verlag
Leitung: Barbara König,
Assistent: Alain Hännli
Stelleninseerte: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Artrisha Veljiu/vv
Geschäftszeigen: 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
Morbijoustrasse 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.

Festival-Geflüster

Die Premium-Sake stiessen auf grosses Interesse



swiss-image.ch/Andy Mettler

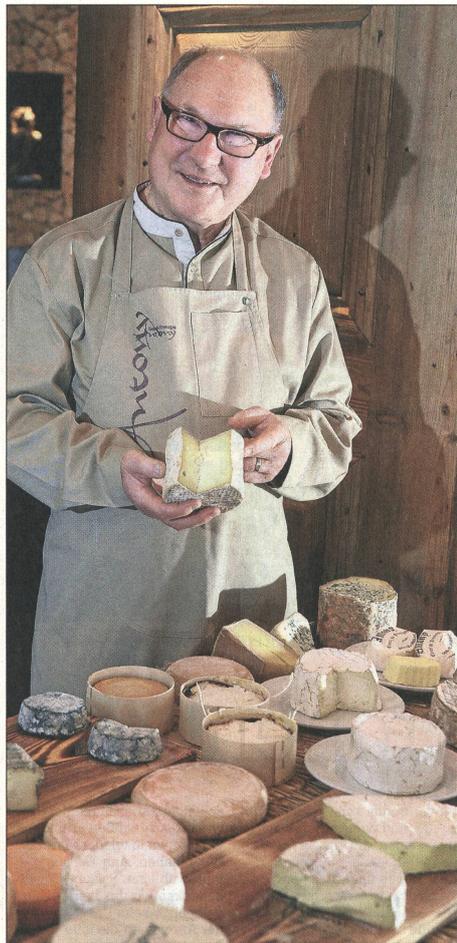
Sie kamen von weit her und boten etwas, das viele Festival-Gäste interessierte – aber auch herausforderte: die japanischen Sake-Brenner. Zusammen mit The Japanese Sake and Shochu Makers Association führten sie anlässlich des erstmals durchgeführten «Sake Apertifs» im Carlton Hotel in die faszinierende Welt der Premium-Sake ein. Auch wenn der eine oder andere Gast befand, diese seien für unsere Gaumen etwas gewöhnungsbedürftig, so stiess der Anlass doch auf grosses Interesse, berichtet Jutta Ulrich, PR-Managerin der Tschuggen Hotel Group, zumal er Einblick in eine andere Kultur bot. Dazu servierte der japanische Spitzenkoch Yoshihiro Takahashi, der auch Gastkoch im «Carlton» war, gegrillten Red Snapper und gekochte Austern mit Soya-Sauce.

Mathis' «Seafood Blizzard» hat sich durchgesetzt

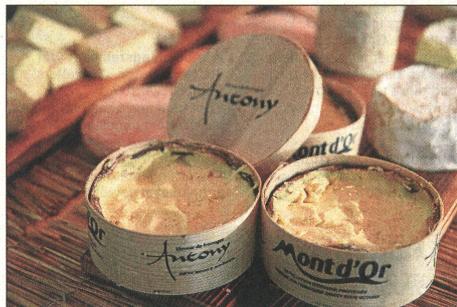


swiss-image.ch/Andy Mettler

Einen Genuss-Event bot Reto Mathis in seinem auf Corviglia, dem St. Moritzer Hausberg gelegenen Gourmet-Restaurant: Von Austern über Kaviar und Hummer bis zu Lachs – beim «Corviglia Caviar & Seafood Blizzard» kamen die Festival-Gäste in den Genuss marktfischer Meeresfrüchte, und das auf 2486 Metern über Meer und vor einer wahrlich atemberaubenden Alpenkulisse. «Damit bringen wir nicht nur das Meer auf den Berg, das Angebot entspricht auch dem heutigen Zeitgeist einer leichten, bekömmlichen Küche», erzählt Fabrizio Zanetti, Küchenchef bei Mathis Food Affairs, der während des Festivals täglich mehr als 30 «Blizzards» servierte. Die Nachfrage sei so gross, schwärmt Reto Mathis, dass sie die Meeresfrüchte-Spezialität nun weiterhin anbieten werden.



Bernard Antony, weltbekannter Affineur de Fromages aus dem Elsass, mit seinen edlen Produkten. Bilder swiss-image.ch/Andy Mettler



Gehört fest ins Sortiment bei Maitre Antony: Vacherin Mont d'Or (Terroir Haut Doubs, Franche-Comté).

Der Meister und seine feinen Schätze

Kein St. Moritz Gourmet Festival ohne Maitre Antony: Der Elsässer Affineur de Fromages Bernard Antony gehört mit seinen Käseprodukten fest zum Programm.

SABRINA GLANZMANN



ST. MORITZ GOURMET FESTIVAL

Es waren 55 Personen, die im St. Moritzer Hotel Steffani vergangene Woche ganz besonders glücklich gemacht wurden – sie hatten nämlich einen der begehrten Plätze an der «Wine & Cheese Celebration» ergattern können. Dieser Event im Weinkeller des 4-Sterne-Hauses, seit Jahren fester Programmpunkt am St. Moritz Gourmet Festival und immer rasch ausverkauft, feiert das Traumpaar Wein und Käse jeweils gebührend – und zwar nicht irgendwelche Weine und nicht irgendwelche Käse.

Wenn Gastgeber Peter Märky nämlich Exklusivitäten wie einen 2001er Château Lynch-Bages in der 37,5cl-Flasche oder einen 2001er Château Palmer offen und glasweise ausschenkt – so letzte Woche geschehen –, dann muss die Käsebegleitung entsprechend auf Augenhöhe sein. Dafür gesorgt hat auch an der diesjährigen Ausgabe des Kult-Events jemand, der zum Oberengadiner Gourmet Festival selbst längst dazugehört: Maitre Bernard Antony, der grosse Affineur und Eleveur de Fromages aus dem Elsass (siehe Box). Zu seinem Kundenstamm gehören über 20 3-Sterne-Chefs, zahlreiche weitere Spitzenköche aus der

ganzen Welt oder zum Beispiel auch das englische Königshaus – um nur einige zu nennen.

Ins «Steffani» mitgebracht hat Maitre Antony heuer zum Beispiel einen «Tommette des Cabasses», ein Schafsmilchkäse aus dem Terroir Aveyron, Rouergue (Midi Pyrénées). «Ein aussergewöhnlicher Käse, denn Schafsmilch ist ja generell ein sehr begrenzt verfügbares Gut, geben doch Schafe nur sechs Monate im Jahr Milch», erzählt der Meister am Rande des Events freundlich – und wird nicht müde, über seine «Babies», wie er seine Rohmilchkäse auf seiner Website selbst nennt, zu sprechen.

«Bei uns werden Sie niemals aromatisierten Käse finden. Niemals.»

Maitre Bernard Antony
Affineur de Fromages, Vieux-Ferrette

Hand in Hand mit seinem Sohn Jean-François. «Ich bin froh, dass er die Dinge genau so sieht wie ich: Wir wollen unseren Betrieb möglichst klein halten. Sonst ist ein enger Kontakt mit den Produzenten, der für die Qualität unserer Produkte so wichtig ist, gar nicht möglich.» Kunden wie Alain Ducasse oder Benoît Violler bestellen bei Antony nach wie vor telefonisch, «nur ausnahmsweise via E-Mail oder sonstwie schriftlich», sagt der Käseveredler, «nur reste dans la tradition». Auch bei den Produkten bleibt man traditionell: «Bei uns werden Sie niemals diesen aromatisierten Käse finden, der gerade so drin ist, niemals», sagt Bernard Antony mit seinem typischen Lächeln, und natürlich glaubt man ihm aufs Wort. Seine hochkarätigen Kunden aus Gastronomie und Hotellerie würden zu Konstanz und Exklusivität verpflichtet. «Und auch die vielen Schweizer Privatkunden, die 200, 300 Kilometer weit anreisen, um bei uns Käse zu holen.»

Fakten Antony's berühmte Affineur-Keller im Elsass

Zur «Fromagerie Antony», mit der Maitre Bernard Antony 1983 mit dem ersten Keller startete, gehören mittlerweile sieben Reifekeller. Affineur und Eleveur de Fromages Antony betreibt sie gemeinsam mit Sohn Jean-François Antony und einem sechsköpfigen Team im elsässischen Dorf Vieux-Ferrette (F), 30 Kilometer von Basel entfernt.

www.fromagerieantony.fr

Kolumne



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

Das lange Warten auf frisches Grünzeug

Ich werde gleich etwas sagen, was ich nicht sollte, weil es weder politisch korrekt noch global verantwortungsvoll ist. Aber verdammt, manchmal muss man herausschreien, was man denkt – und das ist Folgendes: Manchmal wünschte ich mir, das Konzept «Saisoniche» wäre nie erfunden worden.

Das Wort «saisonal» auf einer Speisekarte macht Leute nervig, die auch nur einen minimalen Hang zum Kontroll-Freak haben. Wer «eine Auswahl von saisonalem Gemüse» oder ein «Coulis von saisonalen Früchten» bestellt, fühlt sich wie in einem Boot ohne Schwimmweste. Ich bin nicht der Typ, der sagt: «Überraschen Sie mich», sondern eher der Typ, der sagt: «Überraschen Sie mich, nachdem Sie sichergestellt haben, dass ich es mag.»

In dieser Welt, in der sich das Klima wandelt und man lokal-global bewusst lebt, hat sich «saisonal» vom Wort zum Gesamt-Konzept verändert, das tausend Bio-Läden lanciert hat. Es ist nicht nur kommerziell erfolgreich, es ist vollumfänglich lobenswert und absolut richtig.

Aber irgendwo in meinem winterlichen Herz sehne ich mich nach falsch. Nach dem süssen, illegalen Kick einer Passionsfrucht oder dem roten Fruchtflüsschen zwischen den Zähnen einer glänzenden Zucchini, direkt aus dem sonnigen Garten in die ausgetübte Pfanne gegeben. Nach ein paar grünen Spargelstangen, im Olivenöl gegart und mit Parmesan bestreut.

Letztes Jahr startete ein kleines Restaurant in Berlin-Mitte, vier Häuserblocks von meiner Wohnung entfernt. Die Besitzer schwingen perfekt in der Zeit mit. Ihr Lokal sieht aus wie ein stilvolles Heim: rohes Holz, Vintage-Tische, glänzende Lampen. Die Angestellten sind eine Traum-Familie: lächelnd, aufmerksam, und jederzeit bereit, das beste Tagesangebot zu empfehlen. Und das Beste ist immer – aufgrund der Prinzipien des Restaurants – regional und saisonal.

Ich bin ein grosser Fan dieses Restaurants. Weil die Karte klein und die Aromen kräftig sind, die Zutaten einfach

und die Weine komplex. Ausser ... ausser ... ich muss zugeben, ich habe zunehmend Lust auf nicht-saisonales Essen.

Vielleicht liegt es daran, dass ich in der südlichen Hemisphäre aufgewachsen bin, dass ein Teil meines Hirns Februar immer noch mit Sommer gleichsetzt. Und so sehne ich mich nach Unkorrektem und Unmöglichem. Grüne Bohnen, direkt vom Strauch. Kopfsalat, nicht aus dem Treibhaus, mit grossem Herz und echtem Dreck an der Wurzel. Und Steinfrüchte: pralle, gelb-fleischige Nektarinen, Pfirsiche, bei denen beim Essen süsser Saft das Kinn hinunterläuft, von der Sonne gerötete Aprikosen. Letzte Woche habe ich nachgegeben und importierte rote Pflaumen gekauft. Aufmerksam war so gross wie mein Schuldgefühl, die Enttäuschung noch grösser. Holziges Fleisch, runzelige Haut: Sie waren vier Pflaumen aus einem 3-D-Drucker, eine Kopie der echten Sache.

Die Mitte des Winters ist die schlimmste Zeit für Vegetarier. Es gibt nun mal eine

beschränkte Anzahl von Arten, wie man Wurzelgemüse zubereiten kann – und keine davon ist sehr interessant. Vor ein paar Monaten kannte ich das Wort «Topinambur» noch nicht mal. Jetzt habe ich bis an mein Lebensende genug davon gegessen. Es ist bestimmt das Gemüse der Saison, wenn nicht des Jahres. «Kennen Sie Topinambur?», strahlen mich die Kellner an und ich nicke und esse einen weiteren Teller mit beigem Brei.

Es wäre viel besser, wenn man dieser Tage ein Fleischesser wäre, einer dieser glücklichen Verschlinger von herzhaften Fleischspeisen: würzige Wurstsuppe, knusprige Gans, goldene Kartoffeln, in Schweineschmalz gebraten. Unterdessen werden wir Vegetarier bleich, dürr und weiss wie die kleinen, unterernährten Jerusalem-Artschoken. Man erkennt uns bis an der Strasse. Wir sind diejenigen, die wie Verrückte in Blumenläden starren und gefeiert beim Anblick von so viel Chlorophyll.

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

Ein Israeli aus Amsterdam in St. Moritz

Autodidakt und einziger Israeli mit zwei Michelin-Sternen: Moshik Roth verwöhnte die Festival-Gäste mit seiner international inspirierten Kochkunst.

FRANZISKA EGLI



Er sticht wahrlich aus der Menge heraus, Moshik Roth, der grosse, kräftige, stets markant bebrillte Mann aus Israel, der als Autodidakt und einziger Israeli mit zwei Michelin-Sternen in der Welt der Haute Cuisine für Aufsehen sorgt. Seit nunmehr zwölf Jahren beglückt der 42-Jährige Amsterdams Feinschmecker mit seiner international inspirierten Kochkunst. Letzte Woche kamen die Besucher des St. Moritz Gourmet Festivals in deren Genuss – und waren begeistert.

Es waren zwei klassische Moshik-Roth-Menüs, die der Weltbummler als Gastkoch von Bernd Ackermann im «Suvretta House» den Festival-Gästen zur Auswahl bot. Gekonnt kombinierte er tra-

ditionelle Zubereitungsarten mit eigenwilligen Techniken, servierte Hirschrücken mit Zitrus- und Steinpilzkompost, Seezunge mit Seeigel-Püree und brachte öfters zusammen, was gemeinhin nicht zusammengehört. Zum Beispiel ein Risotto-Tiramisu. Oder eine in ihre Einzelteile zerlegte Schwarzwäldertorte mit reichlich schwarzem Trüffel. Und an der Kitchen Party warteten er und Ackermann mit einer Crêpe Suzette auf, natürlich nicht als Dessert konzipiert, sondern fruchtig-pikant gefüllt mit einem Hummersalat an Zitruskompost.

Dalis Lippen-Sofa «Bocca» als multi-aromatisches Gericht

Mit seiner Kochkunst wolle er weniger provozieren, erklärt er, lieber Emotionen überbringen, Erinnerungen hervorrufen, die Gäste inspirieren und anregen. Ideen für seine Gerichte und Menüs findet er überall: beim Tauchen, auf Reisen, beim Plaudern, in der freien Natur. «Einmal stand ich vor dem von Salvador Dalí kreierten «Bocca», dem Sofa in Lippenform. Mir schwebte ein Dessert vor, aber da Dalí alles andere als eine «süsse» Person war, entstand ein multi-aromatisches Gericht aus Gänseleber, Litchi und Rosen, um auch Dalís bitteren und säuerlichen Komponenten Platz einzuräumen.» Diese unkonventionelle, ja fast schon philosophische Herangehensweise an ein Gericht sei typisch für seinen Chef, betont General Manager Jos de Groot,

«In Israel war ich in der Armee. Ich weiss, was es heisst, Disziplin zu haben.»

Moshik Roth
«samhoud places», Amsterdam

der seit 16 Jahren an Moshik Roths Seite arbeitet.

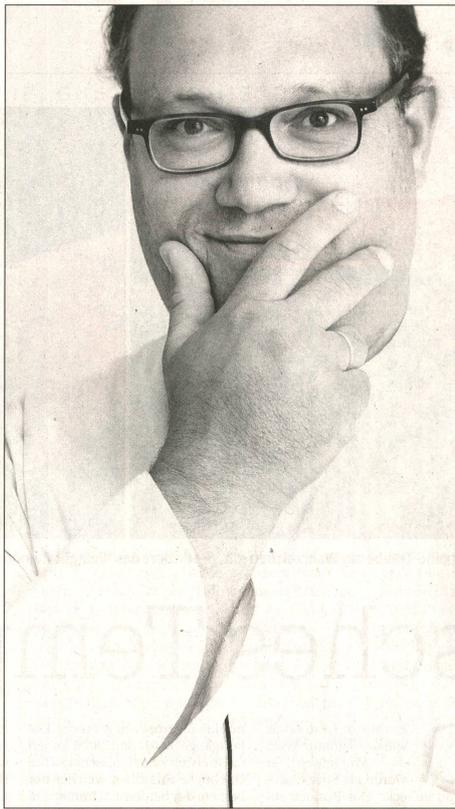
Dabei wollte der gebürtige Israeli einst Chirurg werden. Der Liebe wegen – seine Frau Els ist Holländerin – übersiedelte Roth nach Amsterdam, wo er unter anderem als Manager einer Pizzeria arbeitete und regelmässig als Gast zu 3-Sterne-Chef Jonnie Boer ins «De Librije» in Zwolle reiste. «Eines Abends lud ich ihn spontan zum Abendessen ein. Ich kochte mehrere Gänge, allesamt nach Rezepten von Marco Pierre White», erzählt Roth. Boer war begeistert. Und riet ihm zu einer Kochkarriere. Vier Wochen habe er gebraucht, um der Anforderung Folge zu leisten, lacht Moshik. Das Können eignete er sich unter anderem bei Jean-Georges Klein an, Elsässer Spitzenkoch mit drei Michelin-Sternen, auch er Autodidakt. «In Israel war ich in der Armee. Ich weiss, was Disziplin ist», kommentiert Roth sein Training-on-the-job spitzbübisch. 2001 eröffnete er mit seiner

Frau sein erstes eigenes Restaurant, das «t Brouwerskoljke», das er zur ersten Adresse in Sachen Molekular-Küche in den Niederlanden machte.

Roth prophezeit dem israelischen Nachwuchs eine grosse Zukunft

Vor eineinhalb Jahren nun hat er dieses gegen das «samhoud places» in Amsterdam eingetauscht, das er gemeinsam mit dem Unternehmer Saleem Samhoud führt. Das Restaurant wurde vom Guide Michelin nach nur drei Monaten mit zwei Sternen bedacht. Es verfügt zudem über eine Lounge mit 200 Plätzen, in der einfachere Gerichte, inspiriert von Roths unzähligen Reisen, serviert werden.

Und seine alte Heimat? Als Juror der israelischen TV-Kochshow «The Chef Games» beobachtet er zurzeit genau, was sich dort kulinarisch tut, und was er sieht, gefällt ihm. «In Israel ist eine junge, ambitionierte Generation am Werk. Ich bin überzeugt, dass sie es sein wird, die als Nächstes international von sich reden machen wird.»



Zu jeder Gelegenheit die passende Brille: Moshik Roth.

Bilder: zvg



Oscieta-Kaviar mit Bastardmakrele «Mangrove-Style».



Dessertteller «Heartbeat» mit Blaubeeren, Rinden, Zitronengras.

Festival-Geflüster

Andree Köthe: Wunschkandidat im «Schweizerhof»



zvg

Oh ja, **Andree Köthe** sei schon lange ihr Wunsch-Gastkoch gewesen, erzählt Yvonne Urban Scherer strahlend. Die Direktorin des Hotel Schweizerhof in St. Moritz, selber in Nürnberg aufgewachsen, ist bekennender Fan von Köthes Restaurant Essigbrätlein (2 Michelin-Sterne, 18 GM-Punkte) und dessen Gewürz- und Gemüseküche. Für die diesjährige Festival-Ausgabe hat es nun geklappt: Deutschlands «Koch des Jahres 2012» amtierte als Gastkoch im «Schweizerhof» und führte zudem anlässlich des Events «Illustres Küchengeflüster» in seine Kochkunst ein, erzählte interessierten Gästen aus seinem Alltag, während er ihnen warme Brotwürfel mit gebeiztem Eigelb und Senfblättern servierte.

Tobias Funke: neues Projekt mit Schweizer Kost



zvg

Beim «Küchengeflüster» in der «Schweizerhof»-Küche stand neben Gastkoch Andree Köthe auch Schweizer Kochprominenz am Herd – zum Beispiel **Tobias Funke**, der ein 60 Stunden geschmortes Federstück vom Angus-Beef servierte. Funke verliess seinen mit 16 GM-Punkten dotierten «Funkes Obstgarten» per Ende 2013, um sich Neuem zuzuwenden. Wo das sein wird, dazu hielt er sich bedeckt. Spruchreif ist bereits dies: «Es ist ein Haus, das noch im Bau begriffen ist, an einem schönen See liegt, über einen grossen Garten, ein paar Zimmer wie auch einen Gourmet-Teil verfügen wird. Herzstück dieses Projekts wird jedoch ein Restaurant mit einfacher Schweizer Kost sein», so Funke. fee

Wolfgang Puck plant ein Restaurant in Genfer Hotel



zvg

Gute Nachrichten für die hiesige Gourmet-Landschaft: Der gebürtige Österreicher **Wolfgang Puck**, der in den USA seit über 30 Jahren zur absoluten Kochelite gehört, liebt es mit einem Standort in der Schweiz. Der 2-Sterne-Chef und sein Geschäftspartner Alex Resnik liessen am Rande des Gast-Diners im Badrutts Palace Hotel durchblicken, man sei in Verhandlungen mit der Dorchester Collection für eine Restaurierung im Hôtel Le Richemond in Genf. In Europa ist Puck ausserdem seit 2011 mit seinem Steakhouse-Konzept «Cut» im Luxushaus 45 Park Lane der Dorchester Collection präsent. «Wir planen eine Eröffnung in Genf im zweiten Quartal 2015», so Alex Resnik. sag

Bilanz Ein spektakuläres Finale 2014, eine britische Special-Ausgabe im 2015

Mit dem Great BMW Gourmet Finale auf dem zugeföhrenen St. Moritzersee endete vergangenes Wochenende das St. Moritz Gourmet Festival 2014. Die Festivalwoche mit den Spitzenköchen Andree Köthe, Tim Raue und Christian Scharrer aus Deutschland, Mauro Colagreco und Yoann Conte aus Frankreich, Yoshihiro Takahashi aus Japan, Moshik Roth aus den Niederlanden so-

wie Wolfgang Puck aus den USA begeisterte rund 4000 Gourmetfans aus aller Welt.

Die 22. Ausgabe des St. Moritz Gourmet Festivals wird vom 26. bis zum 30. Januar 2015 stattfinden. Anlässlich des Jubiläums «150 Jahre Wintersport St. Moritz» wird es eine «British Special Edition» und wartet mit den besten Köchen aus Grossbritannien auf.

www.stmoritz-gourmetfestival.ch

www.samhoudplaces.com



Marcel Flatscher, Sieger von «Young Engadine Talents».

Engadiner Kochtalente auf hohem Niveau

Im Rahmen des St. Moritz Gourmet Festivals 2014 fand die dritte Ausgabe von «Young Engadine Talents» statt. Sieger ist Marcel Flatscher vom Suvretta House.

SABRINA GLANZMANN

Für Bernd Ackermann, Küchenchef im Suvretta House in St. Moritz, ist die diesjährige Ausgabe von «Young Engadine Talents» gleich ein doppelter Erfolg. Erstens konnte er den Wettbewerb für Engadiner Kochlernende

im dritten Lehrjahr als Gründer und Leiter heuer schon zum dritten Mal durchführen. Und zweitens schaffte es 2014 jemand aus seinen eigenen Reihen zuoberst aufs Treppchen: Marcel Flatscher, Lernender im Suvretta House, gewann vor Bruno André Moreira da Costa, Hotel Altana Scuol, und Michael Haas vom Hotel Waldhaus in Sils-Maria. Er überzeugte mit seinem «Zanderfilet sautiert auf Kefengemüse, Petersilienpüree und Basilikum-Espuma» und mit «Kalbskotelet am Stück gebraten mit seinem Jus, Pommes Dauphine und Peperonatagemüse». Zum Preisgewinn gehört, dass der Jungkoch nun ein Stage bei 2-Sterne-Koch Karlheinz Hau-

se auf dem Stillberg in Hamburg absolvieren kann.

«Für mich als Lehrmeister ist es eine grosse Freude und zugleich Bestätigung, seinen Lehrling auf den richtigen Weg gebracht zu haben. Ich bin sehr stolz und freue mich riesig für Marcel», sagte ein glücklicher Bernd Ackermann nach der Bekanntgabe am Great BMW Gourmet Finale. Der Wettbewerb orientiert sich als eine Art Generalprobe an den Anforderungen der kantonalen Lehrabschlussprüfungen. Auch dieses Jahr galt es dabei, an bestimmten Nachmittagen im Vorfeld des Gourmet Festivals mit einem identischen Warenkorb ein 2-Gang-Menü in

der «Suvretta»-Küche zuzubereiten, unter den gleichen Bedingungen für alle.

Die Jury – neben Bernd Ackermann gehören «Schweizerhof»-Direktor Martin Scherer und der erfahrene Bündner Spitzenkoch Roland Jöhrli dazu – bewertete nach fest definierten Kriterien wie zum Beispiel Lebensmittel- und Kreativität, Präsentation, Degustation oder Wirtschaftlichkeit. Das Teilnehmerfeld sei dieses Jahr besonders eng beieinander gewesen, sagt Bernd Ackermann, «das Niveau im Engadin ist wirklich hoch. Ich hoffe, dass sich für nächstes Jahr wiederum ganz viele Lernende anmelden werden.»



Im Gebiet der Rioja Alta, wo die Tempranillo-Traube als Wahrzeichen gilt, produziert das Weingut Ramón Bilbao seine Tropfen – dazu gehören auch geprägte Zapfen und grosszügige Weinkeller.

Bilder zvg

Spanisches Temperament

Ramón Bilbao ist eines der erfolgreichsten spanischen Weingüter, sein Rioja «Mirto» 2006 trägt das Label «bester Tempranillo der Welt». Degustationsbesuch in Zürich.

RENATE DUBACH



Der ausgezeichnete «Mirto» 2006 (oben) aus dem Hause Ramón Bilbao (unten).

Der «Mirto» ist so etwas wie der Signatur-Wein des Weingutes, er wurde als Spezialprojekt ausgeheckt. Das Resultat innovativer Techniken sollte etwas Besonderes sein und die ganze Erfahrung des Weinmachers spiegeln. Und das alles sollte auch im Namen ausgedrückt werden: «Mirto heisst in Spanien ein immergrüner Strauch mit kleinen hellgrünen Blättern und weissen Blüten, die zu schwarzblauen Beeren werden. Es heisst: Wenn der Mirto besonders viele und glänzende Blätter hat und die Blüten besonders aromatisch und schön sind, dann gibt es ein ganz besonders gutes Weinjahr», erklärt Carlos Delage, der Wein-Ambassador von Ramón Bilbao an der Degustation im Restaurant Carlton in Zürich.

Der Streit um den besten Jahrgang

Der erste Mirto war der Jahrgang 1999, der verkostet wurde. Das Jahr ist deshalb besonders, weil damals das von Ramón Bilbao Murga 1924 gegründete Weingut im Herzen von Rioja von der Firma Diego Zamora übernommen wurde, einem der grössten spanischen Getränke-Unternehmen. Und der Generaldirektor und Chefönologe Rodolfo Bastida trat im selben Jahr, nur gerade 31-jährig, an die Spitze des Weingutes. Die Verkostung des 1999ers zeigt: der Wein ist jetzt und noch eine Weile trinkreif, man hat schwarze Beeren und Holzaromen in der Nase, am Gaumen ist er würzig und wuchtig. Die anwesenden männlichen Verkoster hätten ganz ger-

ne eine Zigarre dazu geraucht. Die Jahrgänge 2004 und 2006 gaben am meisten zu reden, es herrschte Uneinigkeit darüber, welcher der bessere der beiden sei. Immerhin, dem 2006 wurde an der «Tempranillos al Mundo 2012» das Prädikat bester Tempranillo der Welt verliehen. «Persönlich überzeugt mich der etwas fleischige 2004 mehr, der 2006 hat etwas mehr Vanille und aromatische Kräuter. Aber ich glaube, dass sich der zwei Jahre ältere Wein länger halten wird», führt Rodolfo Bastida aus. Und damit, fügt er hinzu, streite er sich immer wieder mit seiner Ehefrau, die auch Önologin ist und den 2006 bevorzuge.

Aktuell im Handel ist der Jahrgang 2008, der äusserst elegant daherkommt und später dem 2004 vermutlich ähnlich sein wird. Ebenfalls optimistisch stimmt ein Fassmuster des 2011, ein sehr fruchtiger Wein mit einem Hauch Schokolade im Gaumen.

Speziell getoastete Fässer für Mirto

Allen Mirtos ist gemeinsam, dass die Trauben von über 70 Jahre alten Reben von Lagen von rund 600 Metern über Meer aus der Haro-Region stammen. Sie werden handgepflückt und von Hand selektiert. Nach der temperaturkontrollierten Gärung reift der Wein 24 Monate in neuen französischen Allier-Eichenfässern, bevor er ohne Schönung und Filterung abgefüllt wird und in der Flasche weiter reift. Die Fässer werden jedes Jahr speziell für den aktuellen Mirto getoastet. «Wir bringen unseren Küfern immer wieder Fassproben, damit sie sich vorbereiten können – die wissen ja genauso viel über Wein wie wir», erklärt Rodolfo Bastida. Ebenfalls gemeinsam ist den Mir-

tos, dass zwischen 32 000 und 40 000 Flaschen davon abgefüllt werden und dazu 650 Magnums. Der Alkoholgehalt liegt knapp unter 14 Volumenprozent, die Säure zwischen 5,5 und 6 Gramm und der Restzucker um die 2 Gramm pro Liter. Mindestens zehn Jahre Lagerfähigkeit zeichnen sie zudem aus. Dettling & Marmot vertreibt die Weine von Ramón Bilbao in der Schweiz für Gastronomie und Handel. Der Gastropreis für den Mirto 2008 ist

38 Franken, die Magnum gibt es für 75 Franken.

Das Weingut Ramón Bilbao ist im spanischen Fachhandel und in der Gastronomie so erfolgreich, dass es als einziges der zehn besten Rioja-Weingüter stetig wächst. Vor allem ausserhalb der Region. Vor zehn Jahren expandierte man mit dem Kauf des Weingutes Mar de Frades in die Rias Baixas, dann kamen Weinberge in Ribera del Duero, La Mancha, Rueda und zuletzt in der Navarra dazu.

«Trägt der Mirto-Strauch besonders viele glänzende Blätter, gibt es ein gutes Weinjahr.»

Carlos Delage
Wein-Ambassador Ramón Bilbao



Nachgefragt

Rodolfo Bastida

Chefönologe Weingut
Ramón Bilbao

Rodolfo Bastida, das Weingut Ramón Bilbao besitzt im Rioja-Gebiet 75 Hektaren Rebberge, Sie kaufen aber noch Trauben dazu ein?

Wir kaufen Trauben von über 140 Weinbauern dazu, die rund 300 Hektaren bebauen.

Ein grosses Gebiet, mit vielen kleinen Weinbergen.

Für Spanien nichts Ungewöhnliches. Früher war es im Rioja ja so, dass es auf der einen Seite Weinmacher und auf der andern Seite Pflanzler gab. Die Beziehung zwischen den beiden Gruppen war nicht eng. Heute pflegen wir intensive Beziehungen zu den Familien, die uns Trauben liefern. Ich muss oft an Hochzeiten oder Taufen von Verwandten der Winzer teilnehmen... Alle diese Familien lieben ihre Rebberge sehr. Ich bin davon überzeugt: Einige würden lieber einen Arm verlieren als ihren Rebberg.

Spüren Sie klimatische Veränderungen im Rioja Alta?

Ja, eindeutig. Es schneit weniger bei uns. Und die Regen- und Trockenperioden dauern länger, früher war es

weniger lang trocken. Das führt dazu, dass wir etwas mehr Zucker in die Trauben bekommen. Wir möchten natürlich die Säure behalten, die wichtig für die Struktur und die Langlebigkeit ist. Wir arbeiten deshalb teilweise mit neuen Hefen, die etwas mehr Zucker brauchen.

Sie bezeichnen Ihre Crianza, Reserva und Gran Reserva als «klassische Riojas» und den Mirto, die Limited Edition und High Altitude Vineyards als «moderne Riojas». Was ist der Unterschied?

Die klassischen Riojas werden typischerweise aus vier Traubensorten gemacht, aus Tempranillo, Garnacha, Mazuelo und Graciano. Bei ihnen spürt man etwas besser, dass sie im Fass ausgebaut wurden, also die Vanille- und Kokosnoten. Sie passen hervorragend zu Tapas, Paella, Lamm und zu Tomatengerichten. Die modernen Riojas haben eine etwas kräftigere Struktur. Man genießt sie am besten zu Tartar, kurz gebratenem oder geschmortem Fleisch. Freunde von mir trinken reifere Jahrgänge zu Schokolade oder Brownies.



PROFIL

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

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

Nr. 6 · 6. Februar 2014

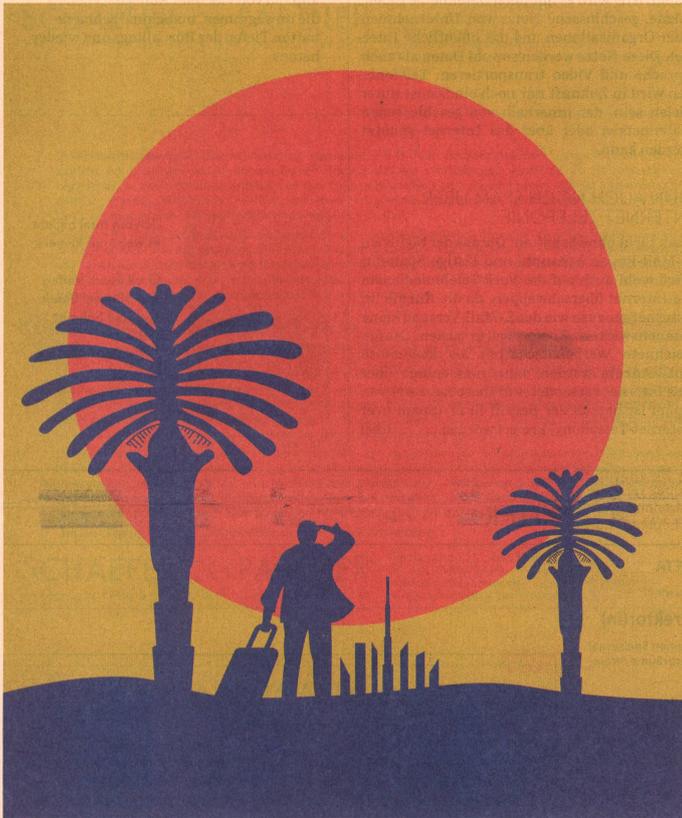
htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE^{et}
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

ZITAT
DER WOCHE

«Wer nach allen Seiten
offen ist, kann nicht
ganz dicht sein»

Kurt Tucholsky

PRAKTIKA IM AUSLAND

Interkulturalität spielt im Gastgewerbe eine zentrale Rolle: einerseits lebt unsere Branche zu einem beachtlichen Teil von ausländischen Gästen, andererseits beschäftigt sie viele Mitarbeitende aus verschiedenen Kulturen. Deshalb ist ein Auslandspraktikum grundsätzlich für alle Studierenden geeignet. Fernweh und eine Portion Abenteuerlust veranlassen viele Studierende, sich für ein Auslandspraktikum umzusehen. Dabei reduzieren jedoch administrative aber vor allem finanzielle Hürden die Anzahl der Interessenten. Die Praktikumsgehälter im Ausland betragen einen Bruchteil derjenigen in der Schweiz. Die zusätzlichen Ausgaben für Flug, Versicherungen und Lebenskosten können sich nicht alle Studierenden leisten. Zudem sind die Hotelunternehmen im Ausland oftmals nicht bereit, den obligatorischen Praktikumsbeitrag an die Schule zu entrichten. Bei einigen Studierenden wandelt sich das Fernweh in Heimweh um. Mangelnde Professionalität, unterschiedliche Hygienevorstellungen und hohe Fluktuationsraten im Betrieb setzen einigen Auslandspraktikanten zu. Weil das in der Schweiz bewährte duale Ausbildungssystem in den meisten Ländern nicht bekannt ist, werden die Fähigkeiten der Praktikanten unterschätzt. Meistens gelingt es unseren Praktikanten dennoch, dem Betrieb ihre Branchenkompetenz und Erfahrung zu offenbaren.

Ein Paradebeispiel

Eine unserer Studentinnen, die ihr Praktikum in Vietnam absolviert hat, wurde trotz guter

Qualifikation nicht mit herausfordernden Aufgaben betraut; zusätzlich plagte sie Heimweh. So beschloss sie, mit einer prägnanten Power Point Präsentation den Vorgesetzten ihre Branchenerfahrung näher zu bringen. Schliesslich hat sie in fünf Monaten die Departemente Restauration und Housekeeping komplett neu strukturiert; diese Strukturen haben bis heute Bestand. Akzeptanz hat sie sich durch konsequentes professionelles Vormachen und Vorleben verschafft. Zusätzlich hat sie die Mitarbeitenden in Englisch geschult und von ihnen Vietnamesisch gelernt.

Während des Auslandspraktikums pflegen wir den Kontakt zu unseren Studierenden und ihren Vorgesetzten. In der Regel per E-Mail, bei Bedarf telefonisch oder über Skype. Nach der Rückkehr aus dem Ausland findet ein Praktikumsgespräch statt. An einem speziellen Auslandspraktika-Anlass teilen die Zurückgekehrten ihre Auslandserfahrungen mit den interessierten Studierenden der Hotelfachschule Thun. Zurzeit absolvieren Studierende ihre Auslandspraktika auf Bali, in China, Thailand und Vietnam; allen geht es gut! Übrigens, den Studierenden, die sich rundum neu eichen möchten, empfehle ich: Dubai.



Karin Schächtele
Leiterin Auslandspraktika
Hotelfachschule Thun
www.hfthun.ch

AGENDA

20. FEBRUAR

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

4. MÄRZ

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

4. MÄRZ

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

12. MÄRZ

«Fidelio Frontoffice»,
vom Berufsverband Hotel-
Administration Management,
in Stallikon
www.hotelgastrounion.ch

3. APRIL

«Informationsveranstaltung
Nachdiplomstudium HF
Hotelmanagement»,
von hotelleriesuisse,
im Hotel Schweizerhof,
in St. Moritz
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

7. APRIL

«Ganzheitliche Sicherheit in der
Hotellerie»,
von hotelleriesuisse,
im Hotel Schweizerhof,
in Lenzerheide
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse



Schweizer Hotel-Datenbank www.swisshoteldata.ch

Das umfassende Hotelverzeichnis
der Schweizer Hotellerie

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

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

Lagern Flüssiggasflaschen (Teil I)

Gefährdung:

Brände und Explosionen bei Leckagen
Achtung: Flüssiggase sind schwerer als Luft

Mögliche Sicherung:

- Flüssiggas nicht in unterflur gelegenen Räumen lagern. Nie so lagern, dass Gas in tiefer liegende Räume oder Schächte gelangen kann.
- In Arbeitsräumen dürfen nur angeschlossene Einzelflaschen vorhanden sein und verwendet werden.

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

VOICE OVER IP IST KEINE ZUKUNFTSMUSIK MEHR

Obwohl die Sprachübertragung über Datennetze aufwändiger ist, gibt es für Unternehmen überzeugende Argumente für die Ablösung herkömmlicher Telefonnetze durch die Voice-over-IP-Technologie.

Voice over IP (VoIP) ist eine Technologie zur Übertragung von Sprache über Datennetzwerke: Telefonieren über das Internet. IP ist die Abkürzung für Internet-Protokoll, das sowohl in lokalen Computernetzen als auch im Internet zur Datenübertragung eingesetzt wird.

VON VOIP ALS ZUKUNFTSMUSIK ...

Bereits in den 1990er-Jahren hat die VoIP-Technologie schon einmal das Interesse der Öffentlichkeit geweckt. Was zunächst Computer-Freaks begeisterte, entpuppte sich jedoch sehr schnell als Flop: Das Internet war damals noch nicht auf die Übertragung von Telefongesprächen in Echtzeit vorbereitet, was zu Gesprächsverzögerungen von mehreren Sekunden, Sprachaussetzern und schlechter Tonqualität führte.

... ZU AUSGEREIFTEN VOIP-PRODUKTEN MIT SPARPOTENZIAL

In der Zwischenzeit ist nun aber die VoIP-Technologie zur Marktreife weiterentwickelt worden. Es sind nun auch ausgereifte Produkte verfügbar, die weltweites Telefonieren über das Internet ermöglichen. Landesspezifische Technologiestandards gibt es nicht mehr, so dass sich Kompatibilitätsprobleme, wie sie bei ISDN-Netzen aufgetreten sind, nicht wiederholen werden. In dieser Hinsicht ist die Globalisierung aufgrund der Internet-Technologien

bereits weit fortgeschritten. Die Experten sind sich mittlerweile einig, dass die VoIP-Technologie nicht nur eine Alternative zu den bisherigen Telefon-Festnetzen darstellt, sondern diese in Zukunft in Unternehmen und im öffentlichen Netzen vollständig ablösen wird.

COMPUTERNETZE VERDRÄNGEN TELEFON-FESTNETZE

Langfristig wird es nur noch Datennetze geben: lokale, geschlossene Netze von Unternehmen oder Organisationen und das öffentliche Internet. Diese Netze werden sowohl Daten als auch Sprache und Video transportieren. Telefonieren wird in Zukunft nur noch ein Dienst unter vielen sein, der innerhalb von geschlossenen Datennetzen oder über das Internet genutzt werden kann.

NUN AUCH NOCH SPAM ÜBER INTERNET-TELEFONIE

Kein Licht ohne Schatten: Die aus der täglichen E-Mail-Praxis bekannte und lästige Spamflut wird wohl auch auf die VoIP-Telefoniedienste im Internet überschwappen, da die Anrufe im Internet genauso wie der E-Mail-Versand keine nennenswerten Kosten verursachen. Aufgezeichnete Werbetexte als kostenlose VoIP-Anrufe werden dann massenhaft über das Internet versendet. Für diese neue Art von Spam ist bereits der Begriff SPIT (Spam over Internet-Telephony) kreiert worden. (chg)

BUCHTIPP

EIN SURVIVALGUIDE DURCH DIE KOLLEGENHÖLLE

Statistisch gesehen verbringen wir mit unseren Arbeitskollegen mehr Zeit als mit den Menschen, die wir lieben. Weil man sich Kollegen aber meist nicht aussuchen kann, legen Michael Bandt und Ralf Schmitt einen Survivalguide vor, der zeigt, wie man sich die Eigenheiten der Kollegen zunutze machen kann. Wie entkommt man dem Büronachbarn, der ausschliesslich über seine Krankheiten sprechen will, wie behauptet man sich gegen Machtspieler und was antwortet man einem lustigen Kollegen, der ständig, nun ja, witzige E-Mails mit Videobotschaften versendet? Michael Bandt und Ralf Schmitt führen uns anhand von vierzehn Kollegentypen in die unwegsamen, manchmal schmerzhaften Tiefen des Büroalltags und wieder heraus.



«Ich bin total beliebt, es weiss nur keiner»

Orell Füssli Verlag
von Michael Bandt
und Ralf Schmitt
ISBN
978-3-280-05501-4
CHF 22.90

DIREKTION



Hotel Sonne ***plus
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 Toggenberg.

Réceptionist-, in / Direktionsassistent-, in
Als Réceptionistin in der Sonne sind Sie natürlich eine strahlende Persönlichkeit, berufserfahren 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

KADER

MOTEL SAN GOTTARDO SUD, 6776 PIOTTA
Für unser Motel in Piotta Leventina Tessin suchen wir

motiviert(e)n Geschäftsführer(in) / Direktor(in)

Das Motel hat 60 Zimmer (120 Betten), umfasst einen Speisesaal mit 120 Plätzen, eine Bar mit 50 Plätzen, Konferenzräume, Weinbar sowie eine Terrasse mit 20 Plätzen.

Suchen Sie auf Grund Ihrer Fähigkeiten die Herausforderung?
Sie bringen ausgewiesene unternehmerische und gastronomische Fähigkeiten mit und haben in ähnlicher Stellung Erfahrungen gesammelt und sprechen ein wenig Italienisch, dann sind Sie unsere Frau oder unser Mann.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Unterlagen mit Foto an:
Area City Quinto SA, z. H. Frau Dell'Agnola Prisca, 6776 Piotta
Tel. 091 873 66 40, info@areacityquinto.ch

BEST WESTERN Hotel Zürcherhof***

Infolge Pensionierung unseres langjährigen Gastgebers suchen wir für unser komplett neu renoviertes Geschäftshotel (39 Zimmer) mit Restaurant im Zentrum von Zürich eine(n)

DIREKTOR(IN)
Eintritt nach Vereinbarung

Aufgabenbereich

- ◆ Operative Führung von Hotel und Restaurant
- ◆ Marketing und Personalwesen
- ◆ Verantwortung für Budget und Kosten
- ◆ Optimale Arbeit im Team

Profil

- ◆ Abschluss einer Hotelfachschule oder gleichwertig Ausbildung
- ◆ Erfahrung in einer ähnlichen Position
- ◆ Hands-on-Management, kommunikativ und qualitätsbewusst
- ◆ Alter zwischen 35 und 45 Jahren
- ◆ Flexibel, belastbar und kreativ
- ◆ Sehr gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch

Wir bieten Ihnen einen abwechslungsreichen und interessanten Posten in einem kleinen, aber feinen Stadthotel mit einem motivierten Team. Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Hotel Zürcherhof Betriebs AG
Roland Wettstein, Geschäftsführer
Zähringerstrasse 21, CH-8001 Zürich

Oder per Mail an: r.wettstein@hotelzuercherhof.ch

NIRA ALPINA
SWITZERLAND

Das Nira Alpina, ein 4*-Superior-Haus, liegt im Schweizer Skiresort Oberengadin, unweit von St. Moritz entfernt, und ist über einen privaten Zugang mit der Corvatsch-Seilbahn verbunden. Im Winter geniessen die Gäste eine direkte Verbindung zu den besten Skipisten der Region Engadin, und im Sommer erreicht man problemlos atemberaubende Hochwander- und Radwege. Im Nira Alpina geniessen die Gäste das ganze Jahr über einen freundlichen und herzlichen Service sowie einen coolen, extravaganen Stil.

Senior Sales & Marketing Manager

In dieser Position repräsentieren Sie mit Ihrer Persönlichkeit die Vision des Nira Alpina im nationalen und internationalen Markt. Sie sind eine flexible, sympathische, interessierte und motivierte Person. Idealerweise verfügen Sie über Berufserfahrung in vergleichbarer Position. Marktkenntnisse sind von Vorteil.

In dieser Funktion sind Sie für folgende Bereiche zuständig:

- Koordination, Organisation und Durchführung aller Verkaufsmassnahmen im lokalen und globalen Markt
- Erstellung des Sales&Marketing-Plans und Umsetzung
- Budgeterstellung und Verantwortung für das Sales&Marketing-Budget
- Budgeterstellung und Verantwortung für das Roombudget
- Enge Zusammenarbeit mit den Nira Hotels & Resorts

Wir bieten:

- Vielfältige und kreative Arbeitsaufgaben
- Dynamisches Betriebsklima innerhalb eines jungen Teams
- Unbefristete Anstellung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf eine schriftliche Bewerbung.
Nira Alpina
Kai W. Ulrich
General Manager
Via Dal Corvatsch 76
7513 Silvaplana Surlej

Wiedereröffnung eines international bestbekanntesten 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 einzustiegen 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 ConsultantsÜberlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

30671-10750

Nur gut 1-2 Autostunden vom Stadtrand Zürich entfernt.

Schenkenswert sind die gelungenen, mit sehr viel Liebe zum Detail kürzlich erfolgten Um- & Ausbauten und die beeindruckende Innenarchitektur des hervorragend im Markt etablierten **Spitzenbetriebs** mit rund 100 Komfortzimmern und Juniorisuiten! Ausgezeichnete, exklusive Restaurants und F & B Outlets auf Gourmetstufe, neue 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 der 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**. Verkaufsfähig, Affinität zur New Media und Versiertheit mit allen relevanten Digitalization 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 ConsultantsÜberlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

30671-10750

Komforthotel, Restaurant & Lounge direkt am Zürichsee

Die **exklusive Lage** des beliebten Kleinod mit Restaurant, F & B-Outlet für Spezialanlässe, Lounge & Terrasse direkt am Ufer des Zürichsees verleiht diesem Betrieb einen Hauch von südlichem Ambiente. Ob ein romantisches Abendessen zu zweit, ein Businesslunch oder eine unvergessliche Hochzeit: Für alles ist gesorgt; die Infrastruktur ist optimal ausgelegt. Marktfähige Produkte, attraktive Fischgerichte, saisonale und regionale Spezialitäten, Klassiker sowie der mediterrane Einfluss ergeben eine einzigartige Vielfalt.

Traumjob für Head Chefs und angehende Sous-chefs mit dem Auge fürs Detail, die gerne selber Hand anlegen wollen; ja sogar müssen! Die mit dem herausfordernden Mix aus à la carte-Gerichten, sehr gut laufendem **Event-Geschäft** und saisonalen Spitzen bestens umgehen können und bewusst ein überschaubares, kleineres Team suchen. Hand in Hand mit einem jungen, erfolgreichen Hotelmanager werden Sie im Unternehmen eine zentrale Rolle spielen und haben die Chance dabei Ihre ganz persönliche Note mit einzubringen!

Küchenchef & Sous-chef w/m**2 Stellen, 1 Unternehmen. Auch ein eingespieltes Duo ist willkommen!**

Mit mediterranen Spezialitäten und Fischgerichten sind Sie vertraut, eine professionelle Crew von vier bis sechs Leuten führen Sie mit dem nötigen Geschick und dank kalkulatorischem Flair gelingt Ihnen der Spagat bei hoher **Qualität** die Food-Kosten im Griff zu halten. Anspruchsvolle Gäste zu verwöhnen und bei Special Events zu brillieren sind Ihre Ziele. Für beide Stellen gilt: Ein Führungserfahrener Chef de partie auf dem Sprung zum Sous-chef ist ebenso vorstellbar wie ein starker Sous-chef, der zum Küchenchef avancieren möchte!

Interessierte Chefs de Cuisine oder Nachwuchskräfte mit entsprechenden Leistungsausweisen informieren wir gerne über die Vorteile, die mit diesen Positionen verbunden sind. Eintrittstermin: Küchenchef per sofort bzw. nach Vereinbarung, Sous-chef ab Mai resp. ebenfalls nach Vereinbarung. – **Wir freuen uns**, Sie persönlich kennenzulernen. Idealweise vorab CV/Foto elektronisch einsenden oder ganz einfach anrufen. Infoline: +41 44 802 12 00. Ihren Anruf nehmen wir auch abends oder am Wochenende entgegen auf Mobile +41 79 402 53 00.

Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources ConsultantsÜberlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

30746-10832

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 einzustiegen 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 sollte 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 gewisses Touch Charm 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 ConsultantsÜberlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

30671-10750

Adecco Hotel & Catering
better work, better life

Im Auftrag unseres Kunden, ein elegantes und modernes 4-Sterne-Hotel in Tallinn (Estland), suchen wir per Mai 2014 Sie als

General Manager (Dauerstelle 100%)**Ihre Herausforderung**

In Ihrer stark gastorientierten und vielfältigen Aufgabe führen Sie das Hotel mit 465 Zimmern, 14 Seminar- und Meetingräumen, Bankettmöglichkeiten, 4 verschiedenen Restaurants und Spa mit 190 Mitarbeitern. Sie sind verantwortlich für die strategische und operative Organisation des Betriebes und halten die Budgetvorgaben ein. Sie formen und führen zusammen mit den Abteilungsleitern ein motiviertes Team, sind für die optimale Auslastung des Hotels zuständig und kontrollieren sämtliche Bereiche des Hotels mit besonderem Augenmerk auf die F&B-Dienstleistungen. Sie repräsentieren das Haus und sind kompetenter Ansprechpartner gegenüber Gästen, Kunden und Mitarbeitern.

Ihre Kompetenz

Sie besitzen eine abgeschlossene Grundausbildung in der Hotellerie und eine abgeschlossene Weiterbildung (Hotelfachschule, Bachelor Hospitality, Hotelbetriebswirt). Sie konnten bereits Führungserfahrung sammeln und besitzen vor allem im Bereich F&B ein fundiertes Fachwissen und Fachkenntnisse. Sie können sich gut organisieren, verfügen über ein herzliches, selbstbewusstes Auftreten als auch Verhandlungsgeschick. Zudem überzeugen Sie mit Ihrer unternehmerischen Denkweise, Ihrer praktischen Art und Energie für Neues. Ihr Idealalter liegt zwischen 35 und 55 Jahren, Sie sprechen und schreiben fließend Englisch und Deutsch und interessieren sich für die nordische Kultur.

Ihre Perspektiven

Es erwartet Sie eine vielfältige, abwechslungsreiche Aufgabe mit ansprechenden Salärbedingungen und diversen Nebenleistungen. Ein motiviertes Team, welches mit Ihnen in eine erfolgreiche Sommersaison starten möchte.

Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen:
Adecco Human Resources AG, Hotel & Catering, Andrea Mikes
Gessnerallee 46, 8021 Zürich, Tel. +41 44 297 79 79
andrea.mikes@adecco.ch

30755-10830

SEMINAR- UND WELLNESSHOTEL STOOS**Schöne Aussicht auf einen interessanten Job**

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

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

Stv. Leiterin Hauswirtschaft

Zu Ihrem Aufgabenbereich gehören:

- Stellvertretung unserer Leiterin Hauswirtschaft
- Betreuung unserer Lernenden
- Reinigung von Esszimmern, von öffentlichen Räumen und diverse Arbeiten in der Lingerie

Sie bringen mit:

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

Wir bieten:

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

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

Seminar- und Wellnesshotel Stöos
Eve Muggenburger, Leiterin HR
Ringsstrasse 10, 6433 Stöos
Tel. +41 (0)41-817 44 44
E-mail: hr@hotel-stoos.ch
www.hotel-stoos.ch



30699-10810

RESTAURANT
Schärmehof

Auf August 2014 oder nach Vereinbarung suchen wir für unseren Betrieb in Thun eine kompetente, fröhliche und begeisterungsfähige Persönlichkeit in der Funktion als

Küchenchef w/m

welche/r unser junges Küchenteam führt und unsere vielschichtige Kundschaft kulinarisch verwöhnt!

In unserem abwechslungsreichen, bekannten Tagesbetrieb verpflegen wir täglich 150 Mittagsgäste, inklusive der 37 Heimbewohner/innen des Alters- und Pflegeheims Schärmehof, und übernehmen die Zubereitung von Spitzmahlzeiten. Zudem bieten wir regelmässige Bankettanlässe sowie einen Kiosk-Shop mit Patisserie und Take-away-Angebot an.

Ihre Aufgaben:

- Planung der Menüs und deren Rezeptierung
- Ausbildung und Förderung unserer Lehrlinge sowie Mitarbeiterschulungen
- Einhaltung der Vorschriften hinsichtlich Hygiene, Qualität und Arbeitssicherheit
- Rationaler und optimaler Einkauf und Gewährleistung der vorgegebenen Warenrendite
- Sicherstellen der Produktqualität (Produktion und Verwertung der Lebensmittel)

Unsere Erwartungen:

- Abgeschlossene Berufsausbildung als Koch, höhere Berufsausbildung oder Bereitschaft zur Weiterbildung
- Betriebswirtschaftliches Denken und Handeln sowie hervorragende Fachkenntnisse
- Sie beweisen einen guten Geschmacksinn, sind kreativ, initiativ und ehrgeizig

Wir bieten:

- Interessantes und vielseitiges Arbeitsumfeld mit attraktiven Arbeitszeiten in einem guten Arbeitsklima

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto zu. Für weitere Auskünfte stehen Ihnen unser Geschäftsführer, Herr Biedermann, und Frau Mosimann, Leitung Restaurant & Shop, gerne zur Verfügung.

Restaurant Schärmehof
Wenger Betriebs AG
von May-Strasse 43, 3604 Thun
Tel. 033 334 82 82, www.schaermehof.ch

30722-10817



HIRSLANDEN
KLINIK ST. ANNA

Die führende Privatlinikgruppe setzt mit ihren 14 Privatkliniken, über 100 integrierten Kompetenzzentren und mehr als 50 spezialisierten Instituten Standards. Erstklassige medizinische Leistungen und das Wohl des Menschen stehen für uns im Mittelpunkt.

Für den Leistungsausbau innerhalb des Bereiches Hotellerie der Klinik St. Anna suchen wir per 1. Mai 2014 oder nach Vereinbarung eine/en

LEITER/IN HAUSWIRTSCHAFT

IHRE AUFGABEN

In dieser vielseitigen Leitungsfunktion führen und fördern Sie, unterstützt durch Ihre Teamleitungen, rund 45 Mitarbeitende im Fachbereich Hauswirtschaft. Sie sind zuständig für die wirtschaftliche, zeitgerechte, saubere und professionelle Reinigung sämtlicher Klinikräumlichkeiten und den Aussenliegenschaften (Personalzimmer, Klinik St. Anna am Bahnhof und Ärztehaus Lützelmat). Dabei halten Sie mühelos die hohen Standards und Hygienerichtlinien der Klinik ein. Sie tragen die Verantwortung über sämtliche Ablaufprozesse inkl. Produktesortiment und sehen es als Herausforderung, diese laufend zu optimieren. Das Erscheinungsbild der Klinik liegt Ihnen besonders am Herzen, sei es bei der Berufswäsche, bei der Sauberkeit und Ordnung öffentlicher sowie interner Räume wie auch beim Thema Floristik. Die Betreuung der Lernenden Hotelfachfrau EFZ sowie Studierenden HBL HF ergänzt Ihr Aufgabengebiet.

IHR PROFIL

Für diese anspruchsvolle Kaderstelle verfügen Sie über eine abgeschlossene Höhere Fachprüfung als Leiter/in Hotellerie-Hauswirtschaft oder eine gleichwertige Ausbildung, weisen Führungs- und Berufserfahrung in der 4* oder 5* Hotellerie vor, sind frontorientiert und besitzen Prozesssicherheit und konzeptionelle Stärke. Ihr Organisationstalent lässt sie auch hektische Situationen ruhig meistern. Sie sind fähig ins Detail zu gehen, verlieren trotzdem den Blick fürs Ganze nicht. Sie haben ein Flair für Dekorationen sowie Floristik und sind stilsicher im Umgang mit Kunden und Mitarbeitenden. Sie handeln dienstleistungsorientiert, verfügen ebenso über eine eigenständige, vernetzte Denkweise und gelten als kundenorientierte Person, welche ihre zuverlässige sowie umsichtige Art gezielt einsetzen kann. Sie verfügen über die Flexibilität, auch Wochenendeinsätze wahrzunehmen und sind sich interdisziplinäre Teamarbeit gewohnt. Nebst guten MS-Office-Kenntnissen verfügen Sie idealerweise bereits über Erfahrungen im Gesundheitswesen.

UNSER ANGEBOT

Wir bieten Ihnen eine spannende und abwechslungsreiche Arbeit. Sie erhalten den Freiraum, die Unterstützung und die Mittel, um Ihre Aufgabe selbständig und eigenverantwortlich wahrnehmen zu können. Sind Sie interessiert? Jonas Zollinger, Leiter Hotellerie (Direktwahl 041 208 34 25), gibt Ihnen gerne nähere Auskünfte.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Mirjam Ebnöther freut sich auf Ihre Bewerbung, vorzugsweise über das Online-Portal.

HIRSLANDEN KLINIK ST. ANNA
HUMAN RESOURCES
ST. ANNA-STRASSE 32
6006 LUZERN
WWW.HIRSLANDEN.CH

KOMPETENZ, DIE VERTRAUEN SCHAFFT.

HIRSLANDEN
A MEDICLINIC INTERNATIONAL COMPANY

30736-10825



Das Restaurant Landhaus Liebefeld beherbergt insgesamt 330 Plätze und liegt nahe der Stadtgrenze von Bern. Der Restaurationsbetrieb ist aufgeteilt in die Gaststube, bekannt für seine traditionellen und nationalen Spezialitäten, die gediegene Bar, einen grosszügigen Bankett- und Konferenzsaal im Dachstock, die Gartenterrasse und die Rôtisserie, in welcher ein hoher und anspruchsvoller «A la carte»-Service geboten wird.

Für unseren Betrieb an der Stadtgrenze von Bern suchen wir für unsere Küchenbrigade mit 5 Köchen und 2 Lehrlingen einen

Küchenchef (100% – m/w)

ab April 2014 oder nach Vereinbarung

Sie sind ein kreativer Kochkünstler und können eine solide Kochlaufbahn mit Führungspraxis vorweisen. Teamfähigkeit und selbständiges Handeln in der Küchenprozess- und Menügestaltung sowie Kalkulation, Einkauf und Mitarbeiterführung gehören zu Ihren Stärken.

Fühlen Sie sich angesprochen und befähigt, unsere anspruchsvollen Gäste mit Ihren Kochkünsten zu verwöhnen? Dann erwarten Sie bei uns ein interessanter Arbeitsplatz sowie ein junges und motiviertes Team, welches viel Freude an der Arbeit hat.

Jos de Wolf & Thomas Christen freuen sich auf den ersten Kontakt und erwarten Ihr vollständiges Bewerbungsdossier.

Restaurant Landhaus Liebefeld

Romantik Hotel, Gaststube, Rôtisserie, Bar
Schwarzenburgstrasse 134, 3097 Liebefeld-Bern
Tel. 031 971 07 58, Fax 031 972 02 49

Info@landhaus-liebefeld.ch
www.landhaus-liebefeld.ch

30687-10890



Für Sie - als hoch motivierten **Gastro- und Hotelprofi** mit Unternehmerrgeist - bietet sich die tolle Gelegenheit, Ihr Können im ******Superior Business- und Familien-Hotel Belvedere in Locarno** (Tessin) unter Beweis zu stellen. 89 Zimmer und Suiten, ein Wellnessbereich mit Pool und Hallenbad, drei Restaurants, Bar und Grotto sowie das grosse Angebot an Seminar- und Bankett-Räumen, bieten die Basis für eine breite Palette an Angeboten und Aktivitäten. Dank der bevorzugten Lage über der Stadt Locarno, bieten Zimmer und Restaurants schönste Sicht auf den Lago Maggiore und das Gambarogno.

Hoteldirektor/in oder Direktions-Paar in Locarno

Ihr Profil

Sie sind idealerweise zwischen 35 und 45 Jahre jung, sprechen fließend Deutsch und Italienisch und haben eine Hotelfachschule absolviert. Als Praktiker verfügen Sie über solide Berufskennnisse in den Bereichen F&B sowie Rooms-Division und haben bereits Erfahrung als Direktor/in oder Direktions-Paar in ähnlichen Ferien- und City-/Business-Hotels gesammelt. Sie wissen wie die modernen Marketing-Instrumente – insbesondere Web, Socialmedia und digitale Buchung-Plattformen – für eine aktive Kommunikation gewinnbringend genutzt werden.

Sie verfügen über Organisations- und Verkaufstalent und sind kreativ, wenn es um die Angebots-Entwicklung geht. Sie erarbeiten aussagekräftige Plan- und Zielvorgaben und zeichnen sich verantwortlich für deren Umsetzung. Sie sind kunstaffin, kennen die Bedürfnisse von Ferien- und Business-Gästen und sind in der Lage den Ganzjahres-Betrieb - auch im Winter - erfolgreich auf dem Markt zu positionieren.

Sie haben Freude am Umgang mit Menschen. Sind leidenschaftliche/r Gastgeber/in mit Führungserfahrung. Entsprechend führen Sie mit Sozialkompetenz, motivieren und fördern Ihr Team.

Ihre Aufgabe

Nach der Einführung durch den scheidenden Direktor, führen Sie den bereits erfolgreich am Markt positionierten Betrieb selbstverantwortlich, kundenorientiert und nach wirtschaftlichen Grundsätzen. Business-Plan sowie Betriebs- und Angebots-Philosophie werden mit der Besitzer-Familie abgesprochen.

Es erwarten Sie

Eine herausfordernde Aufgabe an einer traumhaften Lage am Lago Maggiore. Eine langjährige Zusammenarbeit wird angestrebt. Eintritt nach Vereinbarung.

Als Delegierter der Besitzer-Familie freut sich Adrian Stalder auf Ihr aussagekräftiges und vollständiges Bewerbungs-Dossier mit Foto, Stärke/Schwächeprofil, Zeugnissen und Referenzen.

stalder
projects

Adrian Stalder
stalderprojects sagl
www.stalderprojects.ch
Ai Ronch 1
CH-6653 Verscio
+41 79 629 61 88 / +41 91 780 72 88

30742-10825



Klinik Adelheid

Zentrum für Rehabilitation
und Nachbehandlung

Die Klinik Adelheid ist das Zentrum für Rehabilitation und Nachbehandlung des Kantons Zug. Die modern ausgestattete Klinik mit 94 stationären Betten und grosszügigen Therapieräumlichkeiten liegt an traumhafter Lage oberhalb des Aegerisees. Wir betreuen Patientinnen und Patienten nach Operationen, mit Erkrankungen des Bewegungsapparates, des Nervensystems und der inneren Organe.

In unserer Abteilung Hotellerie suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Mitarbeiterin/Mitarbeiter Gastronomie 80%

Unser gepflegtes Restaurant, welches sowohl in Selbstbedienung wie auch mit Service geführt wird, steht unseren Patienten, Gästen und Mitarbeitenden an sieben Tagen pro Woche offen.

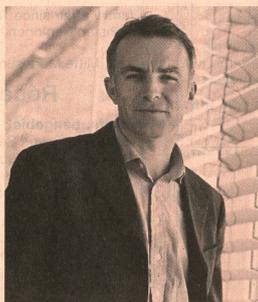
Sie bedienen die Gäste im Restaurant im Bereich à la carte und sind zuständig für den Zimmerservice, u. a. nehmen Sie die Bestellungen von den Patienten entgegen. Zur Erfüllung dieser abwechslungsreichen und anspruchsvollen Tätigkeit benötigen Sie viel Eigenverantwortung, eine **abgeschlossene Ausbildung als Hotelfachfrau/-mann oder Restaurationsfachfrau/-mann** oder Sie verfügen über einige Jahre gleichwertiger Erfahrungen. Sie sind eine dienstleistungsorientierte Persönlichkeit und haben gepflegte Umgangsformen, zudem verfügen Sie über sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift. Ebenfalls sind Sie im Umgang mit dem PC vertraut.

Wir bieten Ihnen ein attraktives Aufgabengebiet in einer modernen Rehabilitationsklinik, fortschrittliche Anstellungsbedingungen, sehr gute Sozialleistungen und ein motiviertes Team.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Frau Regula Roggenmoser, Leitung Hotellerie, 041 754 35 17, gibt Ihnen gerne telefonisch weitere Auskünfte. Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto senden Sie bitte an:

Klinik Adelheid AG
Verena Gisler, Leiterin Personaladministration
Höhenweg 71
6314 Unterägeri
E-Mail: personal@klinik-adelheid.ch
www.klinik-adelheid.ch

30893-10807



HIRSLANDEN

KLINIK ST. ANNA

Die führende Privatklinikgruppe setzt mit ihren 14 Privatkliniken, über 100 integrierten Kompetenzzentren und mehr als 50 spezialisierten Instituten Standards. Erstklassige medizinische Leistungen und das Wohl des Menschen stehen für uns im Mittelpunkt.

Die Klinik St. Anna, eine moderne und innovative Privatklinik an wunderschöner Lage in Luzern, will unter dem Motto «Spitzenmedizin gepaart mit Spitzengastronomie» die Betreuung ihrer Gäste weiter ausbauen und sich auf höchstem Niveau positionieren und sucht daher per 1. Mai 2014 oder nach Vereinbarung einen kreativen, dynamischen Gastgeber als:

LEITER/IN RESTAURATION

IHRE AUFGABEN

Der Hotelleriebereich bietet mit dem à-la-carte Restaurant «Santé», dem Personalrestaurant «Intermezzo» sowie dem Hotelservice auf den Pflegestationen, Service und Dienstleistung auf höchstem Niveau.

Sie sind der geborene Gastgeber, denken kundenorientiert, handeln unternehmerisch und besitzen Umsicht sowie Fingerspitzengefühl, was Ihnen ermöglicht, den Gästen und Patienten, im wahrsten Sinne des Wortes, die Wünsche von den Augen abzulesen. Als erster Ansprechpartner übernehmen Sie die Verantwortung für einen reibungslosen Service und gewährleisten zusammen mit Ihrem Team eine zuvorkommende Betreuung. Der fachlichen und personellen Führung der Mitarbeitenden der gesamten Restauration sehen Sie motiviert und voller Tatendrang entgegen. Durch Ihr ausgeprägtes Organisationstalent gelingt es Ihnen zudem, die Umsetzung interner Anlässe kompetent und zielorientiert durchzuführen.

IHR PROFIL

Für diese vielseitige Kaderstelle bringen Sie eine abgeschlossene Ausbildung im Hotel- oder Restaurationsmanagement (Hotelfachschule, Höhere Fachprüfung Leiter Restauration oder eine gleichwertige Ausbildung) mit, verfügen über internationale Führungs- und Berufserfahrung in der 4* oder 5* Hotellerie, sind frontorientiert und weisen Prozesssicherheit und konzeptionelle Stärke vor. Als innovative, belastbare Persönlichkeit lösen Sie verantwortungsvoll und zielorientiert Ihre Aufgaben. Sie verfügen über die Flexibilität, auch Wochenendeinsätze wahrzunehmen und sind sich interdisziplinäre Teamarbeit gewohnt. Ihre guten mündlichen Fremdsprachenkenntnisse (Englisch sowie mind. eine zweite Landessprache), fundierte MS-Office Kenntnisse sowie Erfahrung in Kassenprogrammierung (Xenia Topos) runden das Profil ab.

UNSER ANGEBOT

Wir bieten Ihnen eine spannende und abwechslungsreiche Arbeit. Sie erhalten den Freiraum, die Unterstützung und die Mittel, um Ihre Aufgabe selbstständig und eigenverantwortlich wahrnehmen zu können. Sind Sie interessiert? Jonas Zollinger, Leiter Hotellerie (Direktwahl 041 208 34 25), gibt Ihnen gerne nähere Auskünfte.

Mirjam Ebnöther freut sich auf Ihre Bewerbung, vorzugsweise über das Online-Portal.

HIRSLANDEN KLINIK ST. ANNA
HUMAN RESOURCES
ST. ANNA-STRASSE 32
6006 LUZERN
WWW.HIRSLANDEN.CH

KOMPETENZ, DIE VERTRAUEN SCHAFFT.

HIRSLANDEN
A MEDICLINIC INTERNATIONAL COMPANY

3075-10822

CASINO restaurants bern

CASINO ratsstube CASINO relais

Das junge, engagierte Team
der Casino Restaurants Bern AG sucht SIE

als Küchenchef/in

ca. 30- bis 45-jährig
per 1. April oder nach Vereinbarung

Sie bringen mit

Eine abgeschlossene Berufsausbildung als Koch/Köchin, höhere Berufsausbildung von Vorteil (z. B. Gastronomie-koch).

Hoher Qualitätsanspruch an sich selbst und ein ausgeprägtes Dienstleistungsdenken. Sie arbeiten gerne mit frischen Produkten, haben einen sehr guten Geschmackssinn und sind kreativ.

Sie sind sattelfest in Einkauf und Kalkulation und verhandlungssicher im Umgang mit Lieferanten und Partner.

Sie haben bereits Führungserfahrung, und hohe Sozial- und Führungskompetenz gehören zu Ihren Stärken.

Sie verfügen über gute PC-Anwendungskennntnisse und sind bereit, sich stets fachlich weiterzubilden.

Sie sind zuverlässig, kommunikativ, belastbar und eine offene Persönlichkeit, welche eine langfristige Anstellung sucht.

Neben Deutsch als Muttersprache können Sie sich in der französischen und/oder englischen Sprache problemlos mündlich ausdrücken.

Es erwartet Sie

Ein sehr aktiver Betrieb am Puls des Geschehens mit drei Restaurants, einer grossen Terrasse und vielseitigen Banketträumen mit Kapazitäten bis zu 1400 Personen.

Sie sind Mitglied der Geschäftsleitung und führen ein Team von ca. 20 Küchenmitarbeitern.

Zu Ihren Hauptaufgaben gehören: Führen und Fördern der Mitarbeiter und Ausbildung der Lernenden

Angebotsplanung und Kalkulation mit kostenbewusstem Wareneinsatz
Wareneinkauf und Lagerbewirtschaftung

Personaleinsatzplanung
Sicherheit der Produktequalität
Aktiver Einsatz und Überwachung bei Veranstaltungen

Einhaltung der Vorschriften hinsichtlich Hygiene (Umsetzung des HACCP-Konzepts), Qualität und Arbeitssicherheit

Eine selbstständige Arbeit mit viel Eigenverantwortung und zeitgemässen Anstellungsbedingungen sowie guter Entföhnung dürfen Sie voraussetzen.

Das sind wir:

Die Casino Restaurants Bern AG ist eine junge und dynamische Firma in einem klassischen, geschichtsträchtigen Haus mit viel Kultur. Freundlich – Flexibel – Frisch ist unser Credo.

Ein aufgestelltes, fröhliches Team freut sich auf eine selbstständige, sozialkompetente Persönlichkeit. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wenn ja, senden Sie Ihre Unterlagen an untenstehende Adresse, oder rufen Sie uns an, wenn Sie weitere Fragen haben.

Casino Restaurants Bern AG
Kontaktperson Tobias Burkhalter
Herrengasse 25, 3011 Bern
tobias.burkhalter@casinobern.ch oder 031 328 03 05
www.casinobern.ch

30708-10814

Für unser renommiertes Gourmetrestaurant (16 Punkte Gault Millau) in **Gattikon/Thalwil** suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de Partie m/w

Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung als Koch und haben bereits einige Berufserfahrungen gesammelt. Sie sind mit Herz und Seele Koch und haben ein kreatives Flair sowie hohes Qualitätsbewusstsein. Zudem arbeiten Sie gerne selbstständig, sind verantwortungsbewusst und ein Teamplayer.

Wenn Sie sich in einem gepflegten Umfeld zu Hause fühlen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Restaurant Sihhalde
info@smoly.ch
www.smoly.ch

30781-10838

Gesucht per April 2014:

Indischer Spezialitätenkoch

mit Ausbildung und Erfahrung.

Bewerbungen bitte an:
Restaurationsbetriebe Jungfrauoch AG
3823 Eigergletscher
T 033 828 78 88, F 033 828 78 94
gletscherrestaurant@jungfrau.ch

30738-10825

Restaurant zur Linde, 4629 Fulenbach, Kanton Solothurn
sucht ab März 2014 oder spätestens ab 14. April 2014

Jungkoch/Koch weiblich für den Garde-Manger mit EFZ- oder EBA-Ausbildung

Wir
ein Familienbetrieb seit über 100 Jahren jung, lebhaft und erfolgreich kochen marktfrisch halten uns an die L-GAV-Bestimmungen haben am Montag und Dienstag Ruhetag geniessen 5 Wochen Betriebsferien Möglichkeit für die Mietung einer 2-Zimmer-Wohnung

Ihr Profil:
selbständig, fröhlich, aufgestellt, speditiv und lieben Ihren Beruf, dann möchten wir Sie unbedingt kennen lernen!

Senden Sie Ihre kompletten, aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Restaurant zur Linde
Martin Schulthess und Pascale Meier
Dorfstrasse 11, 4629 Fulenbach
oder per Mail an: pascale.meier@gmx.ch

Für erste Auskünfte und Informationen dürfen Sie gerne anrufen.
Telefon 062 926 17 09

30738-10838



HOTEL CUCAGNA

Das Cucagna bietet in Disentis/Mustér - in der Surselva - Hotel-service, gepflegte Gastronomie, gutbürgerliche Restauration und eine Bar.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine **RECEPTIONISTIN (100%) mit Verantwortung über den Front Office Bereich**

Sie bringen eine abgeschlossene Ausbildung im kaufmännischen Bereich oder als Hotelfachfrau mit und haben bereits Berufserfahrung an einer Hotelreception sammeln können. Sie sind motiviert, selbstständig und belastbar. Als junge, dynamische und flexible Persönlichkeit, haben Sie Freude Verantwortung in einem kleinen Receptionsteam zu übernehmen. Gute EDV- und Sprachkenntnisse (D/E) sowie einige Erfahrungen in der Buchhaltung runden Ihr Profil ab.

Sie tragen die Verantwortung über den gesamten Front Office Bereich und sind in folgendem Bereich tätig:

- Check-In, Check-Out
- direkte Gästebetreuung
- Telefondienst
- Reservations- und Offertenwesen
- Tagesabschlüsse
- Datenpflege in den verschiedenen Buchungssystemen und dem Channel Manager
- Allgemeine administrative Arbeiten und Korrespondenz in D/E (F/I von Vorteil)
- Debitoren- und Kreditorenbuchhaltung
- Ausbildung der Praktikantin
- Unterstützung der Personaladministration inklusive Lohnbuchhaltung, Vertragswesen, etc.

Weitere Informationen unter:
www.cucagna.ch oder **Telefon 081 929 55 55**
Bewerbungen mit Foto an:
Hotel Cucagna • Herr Ali Sümer • 7180 Disentis/Mustér

30702-10811

WALDHAUS SILS

A family affair since 1908 – das etwas andere Fünfsternhaus in einer der schönsten Regionen der Schweiz

Ab ca. Mitte März suchen wir für eine längerfristige Anstellung eine/n

Réceptionsmitarbeitende/n

Ihr Aufgabengebiet:

- Bearbeitung von Reservationen (inkl. Korrespondenz) in D/E/F
- Check in / Check out
- Menüübersetzungen
- Ansprechperson für unsere internationalen Gäste

Was bringen Sie mit:

- kaufmännische Ausbildung (Erfahrung in der Hotellerie nicht zwingend nötig)
- sicheres Auftreten und Flair im Umgang mit unseren Gästen
- speditives Erledigen administrativer Aufgaben
- Deutsch als Muttersprache
- gute Kenntnisse in Französisch oder Englisch – jede weitere Fremdsprache von Vorteil

Dürfen wir Sie in unserem jungen Team willkommen heissen? Freude an der Arbeit wird bei uns grossgeschrieben – bei Ihnen auch?

Frau Sissi Röösi nimmt Ihre Bewerbungsunterlagen inklusive Foto gerne unter folgender Adresse entgegen: Hotel Waldhaus, Via da Fex 3, 7514 Sils-Maria oder staff@waldhaus-sils.ch.

Claudio Dietrich und Patrick Dietrich
Hotel Waldhaus, CH-7514 Sils-Maria
Tel. +41 81 838 51 00, www.waldhaus-sils.ch



30694-10805



Das junge, engagierte Team der Casino Restaurants Bern AG sucht SIE **als Assistent/in des Bankettleiters**

ca. 25- bis 35-jährig
per 1. April oder nach Vereinbarung

Sie bringen mit

Eine fundierte kaufmännische Ausbildung in der Gastronomie oder eine entsprechende Weiterbildung (z. B. Hotelfachschule), Berufserfahrung im Bankettbereich. Sehr guter Umgang mit MS Office (Word, Excel, Powerpoint) und Adobe (Illustrator) ist Voraussetzung. Verkaufstalent mit Grundkenntnissen aus dem Küchen- und Servicebereich.

Unternehmerisches Denken, Loyalität, Gastfreundschaft, Eigeninitiative und aktive Mitarbeit sowie Flexibilität sind für Sie selbstverständlich.

Als gewinnende Persönlichkeit haben Sie eine offene, freundliche Ausstrahlung und arbeiten gerne im Team.

Sie suchen eine langfristige Anstellung. Neben Deutsch als Muttersprache können Sie sich in der französischen und englischen Sprache problemlos mündlich und schriftlich ausdrücken.

Es erwartet Sie

Ein aktiver Betrieb am Puls des Geschehens mit drei Restaurants, einer grossen Terrasse und vielseitigen Bankettträumen mit Kapazitäten bis zu 1400 Personen.

Als Mitglied des erweiterten Kaders gehören Sie zu einem kompetenten, motivierten Team und sind dem stv. Direktion/Bankettleiter direkt unterstellt. Zu Ihren Hauptaufgaben gehören das Bearbeiten von Bankettanfragen, die Beratung und Betreuung unserer Gäste vor Ort, allgemeine administrative Arbeiten sowie das Erstellen von Verkaufsförderern.

Sie sind die Drehscheibe in der Bankettadministration und die rechte Hand des Bankettleiters, den Sie auch bei Anlässen operativ unterstützen. Sie empfangen auch unsere Gäste im Restaurant.

Eine selbständige Arbeit mit viel Eigenverantwortung und zeitgemässen Anstellungsbedingungen sowie guter Entlohnung dürfen Sie voraussetzen.

Das sind wir:

Die Casino Restaurants Bern AG ist eine junge und dynamische Firma in einem klassischen, geschichtsträchtigen Haus mit viel Kultur. Freundlich – Flexibel – Frisch ist unser Credo.

Ein aufgestelltes, fröhliches Team freut sich auf eine selbständige, sozial-kompetente Persönlichkeit. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wenn ja, senden Sie Ihre Unterlagen an untenstehende Adresse, oder rufen Sie uns an, wenn Sie weitere Fragen haben.

Casino Restaurants Bern AG
Kontaktperson Frau Nilgün Burkhalter
Herrengasse 25, 3011 Bern
nilguen.burkhalter@casinobern.ch oder 031 328 03 06
www.casinobern.ch

30747-10833

Gesucht für 1A Restaurant im Herzen Zürichs

Restaurantleiterin 100%

Komplette Bewerbungen per Mail an:
Karin Müller, karin@hotrestnight.ch
www.hotrestnight.ch, 044 840 08 36

30745-10831



Gasthof zum Kreuz
3033 Wohlen BE
info@kreuzwohlen.ch

Wir suchen für unseren traditionellen und lebhaften Landgasthof:

1 Servicemitarbeiter (w/m)
per 1. April 2014 oder nach Vereinbarung

Sie sind: Gästeorientiert kreativ, flexibel, belastbar und teamfähig zwischen 18 und 40 Jahren haben den Service gelernt oder schon viel Erfahrung damit arbeiten gerne in einem aufgestellten, jungen Team dann sind Sie unser neuer Mitarbeiter.

Wir bieten: 2 geregelte Freitage (Montag und Dienstag) marktgerechte Entlohnung und 5 Wochen Betriebsferien abwechslungsreiches Arbeiten (inklusive Catering) auf Wunsch ist ein Zimmer im Personalhaus vorhanden

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

30745-10827

THE CHEDI
ANDERMATT, SWITZERLAND

Das 5-Sterne-Hotel Superior «The Chedi Andermatt» ist das erste GHM Hotel in Europa und zugleich Zentrum und Flaggschiff des neuen Ferienresorts der Andermatt Swiss Alps. Es umfasst 100 Zimmer und Suiten, zwei Gourmet-Restaurants, verschiedene Bars und einen grosszügigen Wellness-Bereich. Weitere 50 luxuriöse Residenzen und Penthouses werden Ende 2014 eröffnet. Das «The Chedi Andermatt» wird von der General Hotel Management Ltd. (GHM) mit Sitz in Singapur geführt.

Zu unserem motivierten, internationalen Team suchen wir ab sofort folgende Ergänzungen:

- SPA
HAIRSTYLIST
SPA SUPERVISOR
SPA FRONT OFFICE AGENT
SPA THERAPIST

- F&B
COMMIS DE RANG
CHEF DE RANG
BARMAN / BARMAID
COMMIS DE CUISINE
DEMI CHEF DE PARTIE
CHEF DE PARTIE

- ROOMS DIVISION
FLOOR SUPERVISOR
ROOMS / LAUNDRY ATTENDANT
FRONT OFFICE AGENT

- ADMINISTRATION
RESERVATION AGENT
IT COORDINATOR

Freude an der Luxushotellerie, erste Berufserfahrungen und ein professionelles, herzliches Auftreten sind die besten Voraussetzungen, Teil des Chedi Teams zu werden.

Wir freuen uns auf die elektronische Zusendung Ihrer vollständigen Unterlagen mit Foto. Wir sichern Ihnen Professionalität und absolute Diskretion zu – wir freuen uns auf Sie!

Kontaktperson: Cindy Conrad
The Chedi Andermatt
Gotthardstrasse 4 CH-6490 Andermatt
hr-chedianderstatt@ghmhotels.com
www.ghmhotels.com



30705-10812



SEEROSE RESORT & SPA

eintauchen am Hallwilersee



ZEITGEMÄSSES UND AUSSERGEWÖHNLICHES RESORT SUCHT ENGAGIERTE MITARBEITENDE

Ein atemberaubender Arbeitsort im Grünen umgeben von Seen und Bergen im Herzen der Schweiz erwartet Sie.

Ob für eine dynamische Sommersaison oder für eine längere Zusammenarbeit – attraktive Stellenangebote in den Bereichen Küche, Service, Empfang, Hauswirtschaft, Reinigung und

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

Anlassorganisation sind detailliert auf unserer Website www.seerose.ch beschrieben.

Diverse Startoptionen in den Monaten März, April und Mai 2014

Bis bald – bei uns am See.



BALANCE HOTELS
das Gute leben

www.balancehotels.ch

Für unser renommiertes Gourmetrestaurant (16 Punkte Gault Millau) in **Gattikon/Thalwil** suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

einen Chef de Rang m/w

Sie sind eine kommunikative und aufgestellte Persönlichkeit und haben viel Freude am Beruf. Zudem haben Sie eine Grundausbildung in der Gastronomie absolviert und haben von Vorteil gute Serviceerfahrung sowie Weinkenntnisse in der gehobenen Gastronomie und sprechen fließend Deutsch.

Wenn Sie ein Teamplayer sind und sich in einem gepflegten Umfeld zu Hause fühlen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung.

Restaurant Sihlhalde
info@smoly.ch
www.smoly.ch

30756-1087

INTERNATIONAL



Canadian
Rocky Mountains



Wir suchen auf Anfang **Mai** und Mitte **November** Mithilfe in den folgenden Positionen:

Chef de Partie
Jungkoch
Chef de Rang
Réception/Night Audit
Etagegouvernante

Spezifische Ausbildung und anschließende Berufserfahrung sind Voraussetzung für ein einjähriges Arbeitsvisum, erhältlich über **International Experience Canada – Young Professionals**.

Information und Bewerbungen

Post Hotel & Spa
jobs@posthotel.com

Bitte besuchen Sie unsere Website: www.posthotel.com

Ausgezeichnet als
Bestes Hotel in Kanada – Sommer und Winter
Travel + Leisure Magazine

30743-1089

STELLENGESUCHE

Suchen Sie einen Hoteldirektor?

Suchen Sie einen Hoteldirektor für Ihr Haus?

Ihr Haus bietet: Ihr erstklassiges 3-Sterne-plus- oder 4-Sterne-Hotel verfügt über mehr als 60 Zimmer mit 2 F&B Outlets? In der Zentralschweiz oder im Raum Zürich?

Ich biete: Ich bin 35 Jahre jung, front- und umsatzorientiert, habe 18 Jahre Berufserfahrung in den verschiedensten Positionen, davon 10 Jahre Führungserfahrung und 4 Jahre als Direktor/Geschäftsführer in der Business- und Ferienhotellerie. Ich spreche und schreibe drei Sprachen fließend, habe die Hotelfachschule besucht und eine Weiterbildung NDS HF bestanden.

Falls Ihr Haus meinen Ansprüchen und Ihre Anforderungen meinem kurzen Profil entsprechen, bitte ich Sie, über Chiffre in Kontakt zu treten.

Chiffre 30270-10674 an htr hotelrevue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

30270-10674

ANZEIGEN

HIQB
INTERNATIONAL
Staatlich anerkanntes Hilfswerk

Wir suchen für die Entwicklungs-Zusammenarbeit in Dritt- und Schwellenländern

MASCHINEN, GERÄTE UND EINRICHTUNGEN FÜR DEN LEBENSMITTELBEREICH

Gerne holen wir Funktions-tüchtiges bei Ihnen ab. Wir bieten auch Gross-räumungen an.

Tel. 033 439 80 50, www.hiob.ch
hilfsprojekte-recycling@hiob.ch

HELFEN, wo die Not am grössten ist!

30367-10703

STELLENVERMITTLUNGEN

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

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

30811-10767

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

**HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG**

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

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

Hotellerie* Gastronomie Verlag

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

LEITUNG

Barbara König
Philipp Bitzer

REDAKTION

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

ADMINISTRATION

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

Nicole Kälin

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

Die Verarbeitung inkl. Fakturierung der Stellen- und Immobilienanzeigen erfolgt (auch wenn die Auftragserteilung via Hotellerie* Gastronomie Verlag erfolgen sollte) über die htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

VERKAUF

Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42
Fax 031 370 42 23

inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen

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

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

Die Immobilienanzeigen werden automatisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00 während eines Monats auf www.htr.ch / immobilien aufgeschaltet. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden. Die genauen Konditionen sind unter www.stellenprofil.ch resp. www.immoprofil.ch abrufbar

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

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

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

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

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG, 6043
Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

Reguläre Auflage 40.000 Ex.
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom
16.01., 30.01. 13.02., 03.07., 14.08., 28.08.,
27.11., 11.12.)
Bei Kleinauflagen gelten reduzierte Preise.

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

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

DER GESUNDE SCHLAF

Die Herausforderung für jedes Hotel besteht darin, mit seinem Angebot an Kissen und Matratzen möglichst vielen Gästen gerecht zu werden. Denn so unterschiedlich die Menschen, so unterschiedlich sind auch ihre individuellen Schlafbedürfnisse.

Hart oder weich

Kein Mensch möchte hart liegen, denn dann würden die Sensoren der Haut sofort Druckstellen melden. Druckstellen sind für den Menschen gefährlich, weil dann im Gewebe darunter sich das Blut staut und nicht mehr weiter transportiert werden kann. Liegt der Körper zu hart, käme dieser nachts nie zur Ruhe, weil er ständig versuchen würde, Druckstellen durch Veränderung der Liegeposition zu vermeiden. Was die Gäste meinen, ist Folgendes: Sie möchten gerne im Rücken unterstützt werden! Unzählige Menschen leiden bereits unter Schäden an den Bandscheiben und der Wirbelsäule. Ein Durchhängen der Wirbelsäule (wie bei einem zu weichen Bett) würde die Bandscheiben weiter stauchen, was äusserst unangenehm und auch schmerzhaft ist. Diese

Gäste wünschen sich meist im Lordosenbereich über dem Becken eine Unterstützung von unten. Dies gelingt im Zusammenspiel mit einer guten Matratze und einer evtl. sogar einstellbaren Unterfederung.

Das gute Bett – die gute Matratze

Um ergonomisch und klimatisch optimale Voraussetzungen zu schaffen, braucht es folgende Elemente: eine anpassungsfähige Matratze, eine darauf abgestimmte Unterfederung, eine Auswahl an verschiedenen Kopf- bzw. Nackenkissen, eine Zudecke, die dem Wärmebedarf des Gastes entspricht, sowie Bettwäsche und Bettlaken/Spannbettuch, die Haut und Auge schmeicheln sollten. Alle Materialien müssen atmungsaktiv und waschbar sein sowie frei von gesundheitsgefährdenden Stoffen.

Eine gute Matratze muss ökologisch einwandfrei sein, hier hilft der Blick auf beigefügte Zertifikate des Herstellers. Zudem sollte eine gute Matratze folgende Eigenschaften aufweisen: Sie darf

weder zu weich, noch zu hart sein und sollte sich dem Gast anpassen. Es gibt neue Materialien, die auf Druck und Wärme reagieren und sich so individuell jedem Gast anpassen können. Ziel muss es sein, dem Menschen auf der Matratze ein ergonomisch gerades Liegen zu ermöglichen, ohne dass der Körper Druck verspürt. Sie muss atmungsaktiv sein, denn während der Nacht gibt der Körper über die Haut und die Lunge jede Menge Feuchtigkeit ab. Diese Feuchtigkeit landet auch in der Matratze und muss vom Körper weggeleitet werden. Sie muss zudem waschbar sein, denn eine Matratze nimmt mit der Zeit viele Fremdstoffe auf, die in der Menge gesundheitsgefährdend sind.



ISTOCK



Herbert Weingart
Mitglied der Geschäftsleitung
Schwob AG
www.schwob.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

30238-10076

In einem Land, das den Tourismus jetzt kennen lernt, haben Sie die Möglichkeit, ein Hotel zu bauen. Alle Pläne sind bereits vorliegend. Es handelt sich um eine Grössenordnung von 80 Zimmern, mit Wellnessbereich, dazu kommen Tagungsräume, alles liegt unmittelbar am Strand und ist nur 2-stöckig zu bauen.

Das Investitionsvolumen beträgt 8 Millionen Dollar.

Eine Mindestbeteiligung liegt bei 50 000.– US \$.

Es gibt auch die Möglichkeit für einen alleinigen Investor – dann sind Sie der erste Investor im Land!!

Anfragen bitte an: gerdmuchow@t-online.de
Tel. 0049 – 170 796 77 81
Fax 0049 – 30 686 75 76

30737-10824

LOCARNESE/Sonnenstube

AFFITTASI RISTORANTE APPENA RISTRUTTURATO CON ALLOGGI, SALA MULTIUSO E GIARDINO. COMPLETA FLESSIBILITÀ DI CONCETTO, NESSUN INVENTARIO.

TEL. 079 415 76 81

30759-10039

Dipl. Hotelier/Restaurateur (SHV/VDH) mit langjähriger Erfahrung sucht in **Miete** 3- oder 4-Stern-

Geschäfts- oder Ferienhotel

mit 30 bis 80 Zimmern.

Zentralschweiz, Mittelland oder Nordwestschweiz

oder Kauf

Kleines Hotel

mindestens 12 Zimmer, auch sanierungsbedürftig!
Zentralschweiz.

Kontakt unter Chiffre 30748-10834 an htr@hotelrevue.com,
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

30748-10834

Immobilien jetzt auch online unter
www.htr.ch/immobilien

htr hotel revue