

**Zeitschrift:** HTR Hotel-Revue  
**Herausgeber:** hotelleriesuisse  
**Band:** - (2014)  
**Heft:** 12

## 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:** 31.07.2025

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



Neues Label

Der Direktor von BE! Tourismus AG, Harry John, hat diese Woche das Label «Made in BE!» präsentiert, um den Kanton Bern besser zu vermarkten.

Seite 3

Neuer Fahrplan

TGV Lyria kann mit guten Betriebsergebnissen aufwarten und attraktivere Verbindungen von Genf nach Marseille und Paris anbieten.

Seite 10

Neues Talent

Der Sieger des Lehrlingskochwettbewerbs «Gusto 14» heisst Daniel Duerr. Wie sein Vorgänger lernt er an der Rehaklinik Bellikon.

Seite 17

Neue Ideen

Köche, Produzenten und Wissenschaftler trafen sich erstmals am «Swiss Kitchen Talk» in Grenchen, um sich über Trends und Techniken in der Küche auszutauschen.

Seite 20

Inhalt

aktuell	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-14
caterer	15
dolce vita	17-20

Mindestlohninitiative

Besorgte Tessiner

Die Annahme der Mindestlohninitiative hätte für Hotelbetriebe im Tessin gravierende Folgen.

GERHARD LOB

Im Moment würde eine knappe Mehrheit von 52 Prozent der Mindestlohninitiative zustimmen, wie aus einer Meinungsumfrage hervorgeht, die vom «Sonntags Blick» in Auftrag gegeben wurde. In der Westschweiz wäre die Zustimmung mit 59 Prozent sogar sehr deutlich.

Das Resultat der Umfrage wird in der Hotelleriebranche im Tessin mit grösster Besorgnis zur Kenntnis genommen. Eine Umfrage der htr hotel revue zeichnet ein düsteres Bild. Von Personalabbau, Einschränkung der Dienstleistungen bis hin zu existenzieller Bedrohung geht das Schreckensszenario in der Westschweiz.

Arbeitsrechtliche Regelungen werden unterlaufen

Einige Hoteliers befürchten, dass die Schwarzarbeit im Tessin

zunehmen könnte. Marcel Krähenmann, Direktor des Hotels La Rocca in Ronco s/Ascona und Mitglied der Arbeitsrechtlichen Kommission von hotellerieuisse, bringt es auf den Punkt: Eine Annahme der Initiative würde das Unterlaufen von Regelungen noch verschlimmern. Er geht davon aus, dass vermehrt Mitarbeitende auf Stundenbasis eingestellt würden.

Seite 5

Saison-Monitoring von Seilbahnen Schweiz

Wechselbad der Gefühle



Sonniges Wetter hebt die Stimmung der Gäste und der Seilbahnunternehmen.

Photopress/Nicola Pitaro

Ende Februar läuteten bei vielen Seilbahnbetrieben in der Schweiz die Alarmglocken. Wetterkapriolen mit Föhn und Sturmwinden im Norden sowie massiven Schneefällen im Süden haben zu Jahresbeginn das Geschäft mit dem Wintersport gründlich vermiest. In Zahlen manifestierte sich dies in Form von Umsatzeinbussen im zweistelligen Bereich. Und dann kam Hoch-«Guidos» mit einer stabilen Schönwetterlage. Die Umsatzzahlen schnellten wie das Barometer in die Höhe. Innerhalb zwei Wochen konnten vielerorts die Einbussen der ersten zwei Monate ausgeglichen werden. Wo dies nicht möglich war, zeigte man sich trotzdem verständnisvoll mit den Wetterkapriolen, die für einmal für ein Happy End sorgten. In einigen Destinationen wird die Zeit bis Saisonabschluss an Ostern mit Spezialangeboten überbrückt.

Seite 2

UNWTO-Chef Rifai

«Schweiz muss Erfahrungen teilen»

Taleb Rifai, der Generalsekretär der Welttourismus-Organisation UNWTO, hat die EHL besucht, um die Studierenden für die Nachhaltigkeit zu sensibilisieren. Im Interview mit der htr hotel revue nahm er die Schweiz in die Pflicht. Es sei auch in ihrem Interesse, Erfahrungen in Sachen Nachhaltigkeit mit anderen Ländern zu teilen.

axg  
Cahier français, Seite 9

Out- und Insourcen in der Hotellerie

Ein Auslagern hat seinen Preis

Ein Hotelier kann heute so gut wie alle Dienstleistungen von externen Anbietern ausführen lassen. Inwieweit und für welche Leistung das Sinn macht, ist zum einen eine Frage des Preises, zum anderen eine Frage der Qualität und des Controllings. In der Stadthotellerie übernimmt schätzungsweise bereits für jedes zweite Zimmer ein Reinigungsunternehmen das House-

keeping. Allerdings wird nicht (mehr) unbedingt das gesamte Housekeeping ausgelagert, das betrifft insbesondere das Controlling. Stefan Flury, Director of Operations, Mövenpick Hotels, warnt: «Mit dem fremdem Management holt man sich nur ein neues Problem ins Haus: die Qualitätssicherung.» Auch die Kosten sind nicht immer kleiner, für mittelgrosse kann's gar teurer

werden. Während hoteltypische Leistungen zunehmend von Externen erbracht werden, holen sich Pioniere hotelfremde Leistungen ins Haus, um den Kunden einen Mehrwert zu bieten. Mit Erfolg: Das Park Hotel Vitznau kann dank der Integration eines Zentrums für Neurologie und Rehabilitation neu ganzjährig geöffnet bleiben.

gsg  
Seite 11 bis 14

Kommentar

Wintersaison: Die Ruhe bringt's – gerade auch auf den Gipfeln



GERY NIEVERGELT

Anfangs dieser Woche fuhr ich am Vormittag mit dem Zug von Zürich Richtung Bündnerland – und war der Jüngste! In den übrigen Abteilen der ersten Klasse sassen ausschliesslich Rentner, allein oder zu zweit, allgemein froh gestimmt. Die perfekte Verkörperung der Schweizer Demografie.

Ja, dies sind die Tagestouristen von heute und erst recht von morgen, und sie reisen bei schönem Spätwinterwetter in die Berge, selbst wenn sie nicht umworben werden und auf den Gipfeln auch gar nicht so recht willkommen sind. Noch viel zu stark sind die Betreiber von Bergbahnen und Bergrestaurants auf die – schrumpfende – Masse der hoch gerüsteten Schneesportler fixiert. Zwischen Selbstbedienung und Menüs zu Abzockpreisen gibt es zu wenig Angebote; es fehlt auch an genügend attraktiven Spazierwegen, gepflegten Sonnenterrassen, Anreizen für Kartenspieler und so weiter. Wer nicht mit Skischuhen durch die Lokalitäten poltert, fühlt sich dort oben noch immer leicht deplatziert.

Dabei weiss man, dass gerade Silver Agers durchaus bereit sind, auf Tagesausflügen Geld auszugeben. Nur gilt bei ihnen halt besonders: Die Bedienung sollte wirklich freundlich sein.

Noch eine Bemerkung zu unserer Website htr.ch: Erstmals konnten wir innert Monatsfrist über 90 000 Seitenaufrufe verzeichnen. Schön: Unsere Newsplattform für Hoteliers kommt immer besser an.

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



BOMMER + PARTNER  
TREUHANDGESELLSCHAFT  
Bern  
VERTRAHEN IST UNSERE GRUNDSATZ

«Treuhand aus Leidenschaft  
... für unsere Kunden»

www.bommer-partner.ch  
Treuhandspezialisten für Hotellerie und Gastgewerbe

Jet-Cut  
swiss made  
blitzschnell glatte Folienabschnitte

economisiert die Profi-Arbeit  
alustar Partner Jet-Cut  
Ihr Grossist hat's

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

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

75 Jahre KÄSTLSTÖREN  
Ideen Design Kompetenz

Le Grand Bellevue Gstaad

Kästli & Co. AG Sonnen- und Wetterschutzsysteme  
Tel. 031 340 22 22 www.kaestlistoren.ch

## Aus der Region

### Berner Oberland

#### Gstaad: Erstmals mehr Franzosen als Deutsche



Gstaad Saanenland Tourismus ist zufrieden mit dem Geschäftsjahr 2012/13. Die Hotellerie verzeichnete ein Plus von 6,7 Prozent. Auch die Nachfrage nach Ferienwohnungen zog an, wie Tourismusdirektor Martin Bachofner ausführte. Erstmals verzeichnete die Destination mehr Gäste aus Frankreich als aus Deutschland. Deshalb soll nun der rückläufige Trend bei den deutschen Besuchern gebrochen werden.

### Wallis

#### Gegen eine Kandidatur für Olympische Spiele

Das Wallis wird keine erneute Kandidatur für Olympische Spiele einreichen. Der Grosse Rat hat einen Vorstoss der FDP, der eine Machbarkeitsstudie für Olympische Winterspiele verlangte, mit 63 zu 49 Stimmen abgelehnt. Auch die Kantonsregierung zeigte sich wenig begeistert, vor allem wegen der hohen Kosten. Das Wallis hatte sich bereits 1976, 2002 und 2006 beworben, war jedoch stets gescheitert.

### Mittelland

#### Touristische Attraktion ist verwaist

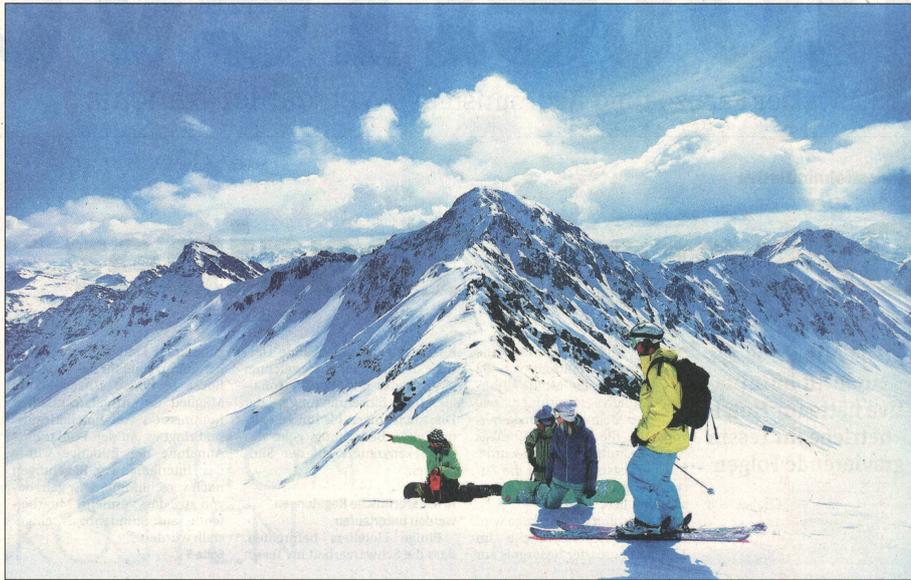


Die Einsiedelei St. Verena bei Solothurn, ein beliebtes Ausflugsziel, steht leer. Die Eremitin Verena Dubacher hat nach fünf Jahren die Klausur in der Verenschlucht verlassen. Die Bürgergemeinde Solothurn will die Stelle möglichst bald wieder besetzen. Die Einsiedelei St. Verena gehört zu den touristischen Attraktionen Solothurns. Sie ist ein Kulturgut von nationaler Bedeutung und steht unter Denkmalschutz. Durch die Schlucht führt ein lauschiger Spazierweg.

### Innerschweiz

#### Orascom erwartet für Geschäftsjahr '13 herbe Verluste

Kurz vor Redaktionsschluss eine Gewinnwarnung der Orascom Development Holding AG, die auch in Andermatt stark engagiert ist: Für das Geschäftsjahr 2013 werden ein Umsatzrückgang von 18 bis 20 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode und ein Reinverlust in Höhe von 145 bis 160 Millionen Franken erwartet. Begründet wird dies mit niedrigen Auslastungsraten der Hotels in Ägypten sowie den gesunkenen Umsätzen bei Immobilien und Bau.



Dank Bilderbuchwetter konnten die Bergbahnen den schlechten Geschäftsgang innert zwei Wochen ausgleichen. PHOTOPRESS/Lenzerheide

# «Guido» sei Dank

Ende Februar war noch von einem «katastrophalen Einbruch» die Rede. Die Schönwetterlage mit Hoch «Guido» im März hat die Defizite weitgehend neutralisiert.

MARKUS UNTERFINGER

Föhn und Sturm im Norden, andauernde, massive Schneefälle im Süden, kein Wintermärchen im Mittelland und miserable Wetterprognosen für die Wochenenden. Nach gutem Saisonstart litten die Schweizer Bergbahnen seit Weihnachten unter den Wetterkapriolen dieses Winters. Dazu haben sich die Sportwochen wegen der späten Ostern bis in den März hinein

verlagert, sodass der Vergleich im Februar mit dem Vorjahr problematisch war.

#### Zwei «goldene» Wochen

Ende Februar führten das Wallis und Graubünden die Negativstatistik von Seilbahnen Schweiz mit -15,9 bzw. -12,8% bei den Ersteintritten an. Dass die stabile Schönwetterlage die Besucherzahlen stabilisieren kann, zeigt das Beispiel Saas-Fee. Wind, Sturm und sehr viel Schneefall hatten im Januar zu einem Rückgang von 5% und im Februar zu 9% Umsatzverlusten geführt. «Vom 1. bis 16. März 2014 konnten wir dieses Minus dank dem schönen Wetter und den guten Schneeverhältnissen nahezu ausgleichen», zieht Matthias In-Albon, stellvertretender



«Dieser Winter zeigt einfach, wie wetterabhängig unser Business ist.»

Dieter Bogner  
Engadin St. Moritz Mountains

Direktor der Saas-Fee Bergbahnen AG, Zwischenbilanz. Dass das Glück für Bergbahnen nicht nur auf der Piste liegt, zeigt ein Blick in die detaillierte Statistik. In den ersten beiden Märzwochen haben die Bergbahnen 21,5% mehr Umsatz mit Fussgängern, Winterwanderern oder Schneeschuhgängern erzielt. Der Umsatz mit Skifahrern und Snowboardern stieg um 17%. Mit dem März zufrieden sind auch die Bergbahnen Meiringen-Hasliberg. «Den kumulierten Umsatzverlust von über 11% konnten wir in den zwei Märzwochen nicht ganz aufholen», sagt Geschäftsführer Hanspeter Wenger. Dank den Sport- und Faschnachtsferien der Innerschweizer und Basler seien sie

#### Gartenarbeit oder Skifahren?

Unter dem warmen Frühlingwetter leiden dagegen Skigebiete in den Voralpen, wie die Sportbahnen Elm AG, denen im Februar die Föhnlage zusetzte. In einer Woche musste der Betrieb an drei Tagen wegen Sturm eingestellt werden, was vorher während elf Jahren nie vorkam. «Im März ist für Tagesgäste aus Zürich oder Rapperswil nun eher Gartenarbeit statt Skifahren angesagt», meint Direktor Bruno Landolt lakonisch. Die Sportbahnen Elm AG werden die Saison 2013/14 mit einem deutlichen Umsatzverlust von rund 15% gegenüber dem 5-Jahres-Mittel abschliessen.

Gegensätzliche Zahlen lieferte diesen Februar das neu verbundene Skigebiet Arosa Lenzerheide.

Während die Lenzerheide bei den Ersteintritten 5,6% gegenüber dem Vorjahr zulegen konnte, verlor Arosa im Februar 9,5%. Philipp Holenstein, Geschäftsführer der Arosa Bergbahnen, hat mit dieser Entwicklung gerechnet: «Viele Tagesgäste nutzen seit dem Zusammenschluss die Lenzerheide als Einstiegsgebiet und sparen sich die lange Anfahrt nach Arosa.» Bei den kumulierten Ersteintritten seit Saisonbeginn konnte das Skigebiet Arosa Lenzerheide das Vorjahresergebnis nahezu halten.

#### «Die Leute fahren nicht weniger Ski»

Unter den Bündner Bergbahnen musste das Oberengadin trotz sehr viel Schnee per Ende Februar den höchsten Rückgang ausweisen. Laut Dieter Bogner, Leiter Marketing bei den Engadin St. Moritz Mountains, wurde ein grosser Teil der Einbusen von 6,1% seit Saisonstart in den letzten drei Wochen aufgefangen: «Dieser Winter zeigt einfach, wie wetterabhängig unser Business ist. Es hat nichts damit zu tun, dass die Leute weniger Ski fahren.» Für die nächsten zwei Wochen ist weiterhin gutes Wetter angesagt. Was der April bringt, ist offen. «Deshalb ziehen wir aus Erfahrung erst Ende Saison eine aussagekräftige Bilanz», so Dieter Bogner.

Aus gleichem Grund gibt Frédéric Peignat, Mediensprecher der Davos Klosters Mountains, keine neuen Zahlen bekannt: «Gerade ausserhalb der klassischen Ferienzeiten spielt das Wetter eine entscheidende Rolle. So steigen während ausgeprägten und stabilen Schönwetterphasen entsprechend auch die Gästezahlen.» Bis Saisonende bleibe noch viel Zeit, um tolle Schneesporthagen bei perfekten Verhältnissen zu geniessen.

#### Schilthornbahn mit Sturmtief und Bilanzhoch

Wie stark das Stimmungsbarometer bei den Bergbahnen schwanken kann, zeigt sich am Beispiel der Schilthornbahn. Auch sie verzeichnete in den ersten beiden Monaten dieses Jahres einen «zögerlichen» Geschäftsgang, bedingt durch stürmisches Wetter. Gleichzeitig konnte die Schilthornbahn AG für das Jahr 2013 einen Gewinn von 1,5 Mio. Franken vermelden. Zu diesem Ergebnis habe vor allem die Rekord-Sommer-saison beigetragen.

## Das Tourismus Forum Alpenregionen lädt drei Tage nach Arosa ein

«Kluge Verbindungen» sind das Thema der bereits 24. Auflage des Anlasses in Arosa Lenzerheide.

Im alpinen Tourismus werden Verbindungen auf vielfältigste Weise geschaffen. Skigebiete schliessen sich zusammen, Destinationen vereinen sich unter einem Markendach, Hotels gründen Kooperationen. «Alpine Connections» - kluge Verbindung von Köpfen, Kassen und Kunden - ist das Thema des 24. «Tourismus Forum Alpenregionen». Das diesjährige TFA findet vom 31. März bis 2. April 2014 in Arosa Lenzerheide statt. Veranstalter Grischonconsulta veranstaltet am ersten Forumstag den Fachexperten renommierten Destinationen aus der Schweiz, Österreich und Deutschland, wie sie mit All-inclusive-Angeboten oder Gästecards Zielgruppen gewinnen. Aus dem renommierten Ski-Resort Whistler/Kanada reist Hugh Smythe nach Arosa. Der Initiator des Resorts erklärt die Marktpositionierung der Desti-

nation. Am Nachmittag des zweiten Tages geht es um die künftige Finanzierung der Bergbahnen in der Schweiz. Ob öffentliche Fördergelder ein Segen oder der Anfang vom Ende sind, und wie sich das auf die Wettbewerbsfähigkeit privatwirtschaftlich finanzierter Unternehmungen auswirkt, werden Bergbahnvertreter unter Leitung von Roland Zegg, Inhaber der Grischonconsulta AG, diskutieren. Am dritten Tag stehen verschiedene «Forumstouren» auf dem Programm: Die Teilnehmer haben die Wahl zwischen einer Besichtigung der neuen Skigebietsverbindung von Arosa auf die Lenzerheide und einem Besuch des Tschuggen Grand Hotel in Arosa. Attraktive Abendveranstaltungen runden das Programm ab. Die htr hotelrevue ist Medienpartner des TFA.

www.tourismusforum.ch

## «Hof Weissbad» plant Spa

Das Hotel Hof Weissbad in Appenzell Innerrhoden hat grosse Pläne: Schon bald soll eine neue Wellnessanlage mit Fitnessräumen, Saunen und PrivatSpa entstehen.

Das Hotel Hof Weissbad ruht sich nicht auf seinen Lorbeeren aus: Der Betrieb verzeichnete im Geschäftsjahr 2013 einen Rekordumsatz von über 20 Millionen Franken und eine Zimmerbelegung von 95 Prozent. Verwaltungsratspräsident Sepp Breitenmoser und Direktor Christian Lienhard zeigten bei der Präsentation der Zahlen aber auch auf, wie es im laufenden Jahr und darüber hinaus weitergehen soll. 2014 ist geprägt durch die Aktivitäten zum 20-jährigen Jubiläum. So wird die Gartenanlage erneuert und mit einem Kunstwerk von Roman Signer ausgestattet. Im kommenden Jahr sollen die Bau-

arbeiten für den neuen Wellnessbereich erfolgen. 13 Teams nahmen am Projektwettbewerb teil. Seit dem Wochenende liegt der Jurybericht vor. Die Jury kürte das Projekt «Mooreich» zum Sieger. Es stammt vom Architektenteam Miller & Maranta AG aus Basel

und den Landschaftsarchitekten der Raderschallpartner AG in Meilen. Vorgesehen sind vier Badepavillons, die sich auf einem unterirdischen Baukörper gruppieren. Zum Investitionsvolumen wollten oder konnten die Verantwortlichen noch nichts sagen.



Siegerprojekt «Mooreich»: So soll der neue, unterirdische Spa-Bereich im Hotel Hof Weissbad dereinst aussehen.



Der Direktor von BE! Tourismus AG, Harry John, will mit einem neuen, überzeugenden Markenauftritt aus dem Vollen schöpfen.

Alain D. Bollat

# «Simpel und wirkungsvoll»

Am Dienstag hat die BE! Tourismus AG ihren Auftritt lanciert. Direktor Harry John über das neue Label, starke Partner in der Region und weitere Meilensteine.

MELANIE ROTH

Harry John, mit «Made in BE!» wollen Sie dem Tourismus in Bern wortwörtlich einen Stempel aufdrücken. Was steckt hinter dem Label?

«Made in BE!» ist simpel und wirkungsvoll, und im Kanton Bern kann man diesbezüglich aus dem Vollen schöpfen. Die meisten bekannten Schweizer Musiker kommen aus dem Kanton Bern. Die Toblerone wurde in der Berner Länggasse erfunden. Ursula Andress, das erste Bondgirl, ist in Ostermüden geboren. Solche Aufhänger, alle «Made in BE!», lassen sich hervorragend nutzen, um Bern zu vermarkten.

Warum haben Sie sich für das Kürzel BE und gegen Bern entschieden?

Weil es wie das Auto-Kontrollschild den Kanton einigt und für alle Destinationen und Angebote gleichermaßen gilt. Spricht man von Bern, denken viele direkt an die Hauptstadt, man kann das Oberland nicht optimal einbeziehen. Ausserdem lassen sich mit «BE» spielerisch Kategorien bilden: «BE Top» steht für touristische Leuchttürme wie das Jungfraujoch, «BE Natural» für Erlebnisse in der Natur, «BE

## Zur Person Ein Tourismusdirektor mit Herzblut

Harry John (48) ist seit dem 1. Januar 2013 Direktor der BE! Tourismus AG. Der eidg. dipl. Tourismusexperte ist in Leukerbad geboren, war lange Jahre Direktor von Montreux-Vevy Tourismus und wohnt in der Agglomeration von Bern. BE! Tourismus AG wurde im Herbst 2012 gegründet und wird je zur Hälfte aus Staatsmitteln und Beherbergungsabgaben getragen. Nach eineinhalb Jahren Aufbauarbeit hat die BE! Tourismus AG mit «Made in BE!» nun ihren Auftritt lanciert.

Happy» für alles, was mit Erholung, Wellness und Genuss zu tun hat, «BE Traditional» fasst die Traditionen zusammen und «BE 2 B» Angebote im MICE-Segment.

Und warum das Ausrufezeichen? Das steht für Selbstbewusstsein – etwas, wofür Berner weniger bekannt sind, sie sind eher bescheiden und bodenständig, leben fast ein bisschen das Understatement. Dabei bietet der Kanton Bern eine geballte Ladung an Produkten. Bei dieser Vielfalt ist der selbstbewusste Auftritt die einzig logische Folge und wird seiner Stellung im Schweizer Tourismus gerecht.

War es nicht schwierig, diese Vielfalt unter einen Hut zu bringen?

Diese Frage wurde mir im letzten Jahr oft gestellt. Ich bin vom Gegenteil überzeugt! Wir haben fünf touristische Regionen und acht Destinationen als Ansprechpartner – das Destination Management ist viel weiter fortgeschritten als anderswo, das erleichtert die Arbeit. Und es geht nicht darum, der ganzen Region eine Marke überzustülpen. Wir verfolgen die Strategie eines «House of Brands». Ich vergleiche das gerne mit dem Loeb-Warenhaus. Wenn Sie Spielsachen suchen, gehen Sie in den ersten Stock. Im «House of Brands» wären das dann etwa das Haslital,

Lenk-Simmelal oder das Diemtigtal, welche vor allem für Familien interessant sind. Wenn Sie ein Premiumprodukt oder Markenanzüge suchen, gehen Sie in den zweiten Stock – das wäre dann etwa Gstaad-Saananland.

Welche Rolle spielt Ihre Organisation im Tourismus-Warenhaus?

Wir sind die Koordinationsstelle für das gesamte Marketing. Unsere Aufgabe ist es, wie ein Schneepflug den Weg zu ebnen, damit Destinationen und Leistungsträger

Wertschöpfung generieren können, nicht mehr und nicht weniger. Die Erwartungen an uns sind gross, und das ist ok. Auf der anderen Seite möchten wir die Destinationen in die Verantwortung nehmen, insbesondere bei der Produktgestaltung. Es ist ein Geben und Nehmen, jeder muss seine Hausaufgaben machen.

Handen Sie sich bei der Strategie von anderen Organisationen inspirieren lassen?

Ja und nein. Wir haben einen Benchmark, das hier nicht funktioniert und wir uns auf unsere Stärken konzentrieren müssen. Wir haben im Kanton Bern sehr erfolgreiche Leistungsträger mit starken Marken, die ein hohes Tempo vorgeben und selber mitgestalten. Sie bilden die Lokomotiven, die den gesamten Zug ziehen. Nur wenn sie mitmachen, kann die «House-of-Brands»-Strategie aufgehen.

Hat es viel Überzeugungsarbeit gebraucht, die Leistungsträger für die Idee zu gewinnen?

Alle in ein Boot zu kriegen, war und ist sicher eine Herausforderung. Gerade die starken Regionen und Leistungsträger waren zu Beginn verständlicherweise eher kritisch eingestellt. Ich habe im letzten Jahr viel Zeit damit verbracht, mit ihnen zu reden. Ich glaube, die Partner haben gespürt, dass wir den Kanton mit dieser Strategie stärken können. Jede Destination erhält in unserem Marketing den Platz, den sie verdient. So profitieren am Ende alle.

Der Auftritt ist lanciert – wie geht es jetzt weiter?

Um das Marketing 360 Grad umzusetzen, brauchen wir noch etwas Zeit. Im nächsten Jahr sollten wir aus dem Vollen schöpfen können. Auch bezüglich Märkte gibt es noch einiges zu tun.

«Das Label «Made in BE!» lässt sich hervorragend nutzen, um Bern zu vermarkten.»

Harry John  
Direktor BE! Tourismus AG

## Standpunkt

### Buchungen dank inspirierenden, bewegten Bildern



JÜRGEN STETTLE

Auf den Websites von Destinationen und touristischen Leistungsträgern sind bewegte Bilder ein wichtiges Element, um potenzielle Gäste rational und emotional anzusprechen. Die Bilder sollten einen umfassenden und authentischen Eindruck vom Reiseziel vermitteln und gleichzeitig die Sinne der Betrachter stimulieren, um sie zur Buchung zu motivieren. Mit den heutigen technologischen Möglichkeiten können kurze, inspirierende Videos in die Website

«Die Leistungsträger sollten die technologischen Möglichkeiten besser nutzen.»

eingebettet und auf Videoportalen wie Youtube oder auf Social-Media-Plattformen wie Facebook geladen werden, wo sie wiederum geteilt werden können. Handlungsbedarf besteht auch bei Bildern. Viele teuer bezahlte Bilder kommen auf Websites gar nicht richtig zur Geltung. Sogenannte Moodboards bieten einfache Abhilfe. Wichtig ist zudem, die Bilder mit Geotags in Karten wie Panoramio zu integrieren, damit die Gäste einen guten Eindruck ihres Reiseziels erhalten. Auch wenn nicht alles technisch Machbare zwingend umgesetzt werden muss, sollten Destinationen und touristische Leistungsträger die zur Verfügung stehenden Möglichkeiten besser nutzen. Der Einsatz solcher Hilfsmittel muss nicht teuer sein. Die Kunst liegt in der kreativen Einfachheit und der Mehrfachnutzung. Intelligente Lösungen bieten dem Gast einen echten Mehrwert, was letztlich zu zusätzlichen Buchungen führt.

\* Jürg Stettler ist Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern.

## Aufgefallen

### Die Wiege des Minigolfs steht in Ascona



Nicht nur Hornussen, sondern auch Minigolf gehört zu den schweizerischen Sporterfindungen.

Vor genau 60 Jahren, am 19. März 1954, wurde in Ascona die erste normierte Minigolfanlage der Welt eröffnet. Die patentierte Anlage wurde nach Plänen des Schweizer Gartenarchitekten Paul Bongini erstellt. Seither haben sich unzählige Hobby-Spieler auf dem Parcours mit den 18 Bahnen und den fieseln Hindernissen gegürtet und gefreut. Nicht nur in Ascona, sondern auf der ganzen Welt. Inzwischen werden Schweizer-, Europa- und sogar Weltmeisterschaften im Minigolf ausgetragen. Und dies alles wegen eines erfindigen Schweizers. Wer hätte's gedacht? ste

leserbrief

Eine ganze Menge an Know-how

«Skepsis gegen Akademiker», «fokus»-Thema htr vom 6. März

Der Artikel «Skepsis gegen Akademiker» greift das wichtige Thema der Tourismusbildung auf. Am Anfang darf sich Hans-Kaspar Schwarzenbach über das «ganze theoretische Gefasel (...)» - gemeint ist die Vermittlung von theoretischem Wissen - auslassen, dann darf er kraftmeiern - «es braucht ein Alphabet (...)» -, und erst zum Schluss kann der Berater Daniel Fischer darauf verweisen, dass sich die Welt ändert.

Nichts gegen den journalistischen Kunstgriff der Zuspitzung, aber spannender als die verstaubte, langweilige und unfruchtbare Debatte um die Akademisierung der Tourismusausbildung ist doch die Frage, über welche Kompetenzen ein Touristiker heute verfügen muss.

Gerne nehme ich einen Punkt aus dem Unbehagen der zitierten Tourismusexperten auf: das Unbehagen, dass der Schweizer Tourismus für die Herausforderungen der Zukunft zu wenig gut gerüstet sein könnte. Das Unbehagen auch, dass der 150-jährige Nimbus der Schweiz als touristisches Paradies auf dem Prüfstand steht, denn der Rest der Welt holt auf.

Einige wenige Stichworte zum Wandel: Globalisierung, technologische Entwicklung, Wertewandel, Klimawandel, economics of scale, Menschenrechte. Da läppert sich eine ganze Menge an Know-how zusammen, das vermittelt werden will, als Fach- und Methodenkompetenz, als Selbst- und Sozialkompetenz.

Wir sollten darüber diskutieren, welche Kompetenzen wir den künftigen Touristikern vermitteln wollen. Selbstverständlich gehört dazu auch ein angemessenes theoretisches Fundament, das anschlussend in der Praxis erprobt und angewandt werden muss.

Hans-Kaspar Schwarzenbach lade ich gerne ein, sich als Experte in unserem Wahlfach Unternehmensgründung einzubringen. Und: Wir suchen Praktikumsplätze bei gewiefen Praktikern. Interessenten melden sich einfach unter [internship@hevs.ch](mailto:internship@hevs.ch) an.

Mila Trombitas, Leiterin Studiengang Tourismus, HES-SO Valais Wallis, Sierre

# Gebühren gehen rauf

Unternehmen sollen künftig eine umsatzabhängige Radio- und TV-Gebühr bezahlen: Das hat der Nationalrat beschlossen. Den meisten Hoteliers drohen Mehrkosten.

THERES LAGLER

**K**napper hätte der Entscheid nicht ausfallen können: Der Nationalrat hat die Forderung, die Unternehmen künftig ganz von der Radio- und TV-Gebühr zu befreien, mit Stichtenscheid des Ratspräsidenten abgelehnt. Mit Jürg Grossen (GLP/BE) und Peter Schilliger (FDP/LU) verlangten gleich zwei Parlamentarier die Streichung der Unternehmensabgabe. «Mit dem neuen System soll angeblich jeder und jede orts- und geräteunabhängig die medialen Angebote konsumieren können», erläuterte Grossen. «Dann muss das nicht nur im Zug und im Restaurant gelten, sondern auch am Arbeitsplatz.» Es sei nicht nachvollziehbar, wieso das Gewerbe eine Abgabe leisten solle. Das führe zu einer ungerechtfertigten

Doppelbezahlung, so Grossen. Auch Nathalie Rickli (SVP/ZH), die das revidierte Radio- und TV-Gesetz bereits im Vorfeld der Session kritisierte (die htr berichtete), geisselte die Unternehmensabgabe: «Es geht einzig darum, mehr Geld in die Kasse zu bekommen. Das ist wirklich gewerbefeindlich.»



«Die neue Abgabe führt zu einer ungerechtfertigten Doppelbezahlung.»  
Jürg Grossen  
Nationalrat Grönländer, BE

**Firmen rauf, Private runter**

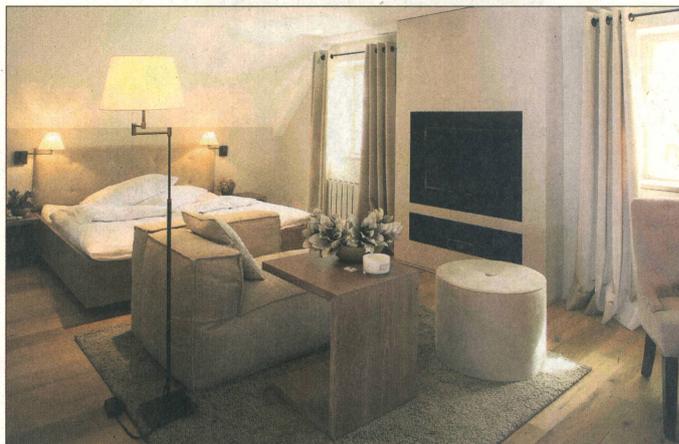
Diesen Eindruck konnte Kommissionssprecher Martin Candinas (CVP/GR) nicht entkräften: «Werden die Firmen aus der Vorlage gestrichen, werden die Privathaushalte für diesen Anteil aufkommen müssen.» Das hätte zur Folge, dass die Abgabe pro Haushalt nicht wie vorgesehen auf 400 Franken reduziert werden könne, rechnete Candinas vor. Die Abgabe würde stattdessen gleich wie heute

**Das geplante Tarifsystem für Firmen**

Tarif-kategorie	Umsatz in Fr.	Anzahl Unternehmen	Tarif/Jahr in Fr.
1	500 000–1 Mio.	51 205	400
2	1–5 Mio.	65 899	1 000
3	5–20 Mio.	17 729	2 500
4	20–100 Mio.	5 673	6 300
5	100 Mio.–1 Mrd.	1 635	15 600
6	über 1 Mrd.	327	39 000

Unternehmen mit höherem Umsatz sollen auch höhere Radio- und TV-Gebühren abliefern. Das Tarifsystem, das der Bundesrat auf Verordnungsebene regeln will, zeigt auf, wie viele Unternehmen schweizweit in welche Tarifkategorie fallen.

Quelle: Botschaft des Bundesrates



Egal ob im Zimmer ein TV steht oder nicht: Die Hoteliers müssen wohl oder übel zahlen.

460 Franken betragen. Nach dem neuen System sollen die Unternehmen 200 Millionen an die Finanzierung der Radio- und TV-Programme beisteuern. Der Bundesrat will die genaue Tarifgestaltung nicht auf Gesetzesebene sondern auf Verordnungsstufe regeln. Er hat aber in der Botschaft zum Radio- und TV-Gesetz skizziert, wie er sich das neue, umsatzabhängige Tarifsystem vorstellt (siehe Tabelle). Daraus lässt sich gut ableiten, wer künftig wie viel bezahlen muss. Abgabepflichtig sind alle Unternehmen, deren Jahresumsatz über 500 000 Franken liegt.

**Die Mehrbelastung für Hotels ist frappant**

Der Verband hotellerieuisse hat bereits Berechnungen vorgenommen und Vergleiche zum heutigen System gezogen. Die Resultate sind frappant: Ein 3-Sterne-Stadthotel mit einem durchschnittlichen Jahresumsatz von über 5 Millionen Franken müsste neu Abgaben von 2500 Franken entrichten statt wie bisher 1020 Franken. Ein 4-Sterne-Hotel mit einem Jahresumsatz

von mehr als 20 Millionen Franken müsste neu 6300 Franken zahlen. Bisher waren es 1400 Franken. Das entspricht einem Aufschlag von 350 Prozent.

Der Ständerat berät das neue Radio- und TV-Gesetz voraussichtlich in der Sommersession. Er könnte die Unternehmensab-

gabe wieder aus dem Gesetz kippen und damit den Nationalrat in eine Differenzbereinigung zwingen. Gewerbeverbandspräsident Jean-François Rime (SVP/FR) liebhäugelt mit einem Referendum. Das dürfte beim Volk aber kaum mehrheitsfähig sein, da die Privathaushalte entlastet werden.

**Session Zum Abschluss stehen noch zwei gewichtige Themen an**

**D**ie Frühjahrsession der eidgenössischen Räte dauert noch bis Ende dieser Woche: Der Nationalrat hat sich erst nach Redaktionschluss der htr hotel revue mit der **Ecopop-Initiative** befasst. Sie geht noch weiter als die Masseneinwanderungs-Initiative, die vom Stimmvolk knapp angenommen wurde. Die Ecopop-Initiative verlangt eine fixe Obergrenze für die Zuwanderung. Die Wohnbevölkerung darf demnach nicht mehr als 0,2 Prozent pro Jahr wachsen. Zudem wird verlangt, dass der Bund 10 Prozent seiner Mittel

für die Entwicklungszusammenarbeit in die Förderung der freiwilligen Familienplanung steckt. Folgt die grosse Kammer der vorbereitenden Kommission, lehnt sie die Initiative ohne Gegenvorschlag ab.

Der Ständerat setzt seine Beratungen zur Sanierung des **Gotthard-Strassentunnels** erst heute Donnerstag fort. Mit Spannung erwartet wird hier der Entscheid, ob er sich definitiv für den Bau einer zweiten Röhre ausspricht.

**Aktuelle Entscheide auf:** [www.htr.ch/politik](http://www.htr.ch/politik)

ANZEIGE

**Fust**  
Und es funktioniert.

**Grosse Auswahl an Profi-Geräten in Ihrer Fust-Filiale**

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

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

**Aufschnittmaschine**

nur **509.-**  
statt 555.-  
46.- Rabatt

Auch erhältlich mit Messerdurchschnitt 19,5 oder 25 cm

SUVA-konform



NOVAMATIC s 220  
• Messerdurchschnitt 22 cm  
• Inkl. Schleifapparat Art. Nr. 670209

**Weinklimaschrank**

nur **1850.-**  
Hammer-Preis

Miete pro Monat, inkl. Garantieverlängerung 101.- \* (inkl. MwSt)

Kapazität: ca. 312 Flaschen à 0,75 Liter

Exklusivität Fust

**A+**

**LIEBHERR**  
WK 6476  
• Temperaturbereich +5 °C bis +20 °C  
• H/B/T: 193 x 75 x 76 cm  
Art. Nr. 198085

**Gläserpüler**

nur **2999.-**  
statt 3702.-  
703.- Rabatt

Miete pro Monat, inkl. Garantieverlängerung 160.- \* (inkl. MwSt)



NOVAMATIC  
BCE 350 F  
• Inklusive Flüssigwaschmitteldosiergerät  
• Korbgrösse 400 x 400 mm Art. Nr. 106618

**Preis-Hit**

nur **1099.-**  
statt 1342.-  
243.- Rabatt

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

Umweltfreundlich

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

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

Standorte unserer 160 Filialen:  
0848 559 111 oder [www.fust.ch](http://www.fust.ch)

**Fust**  
gastro  
professional

**Schnellreparaturdienst und Sofort-Geräteersatz**  
0848 559 111 Preis exkl. 8% MwSt + VRG

• 5-Tage-Tiefpreisgarantie  
• Laufend günstige Ausstell- und Occasionsmodelle (Details [www.fust.ch](http://www.fust.ch))

Auch im Fust: Superpunkte sammeln.  
Für mehr Vorteile: [www.fust.ch](http://www.fust.ch)

**Mindestlohninitiative. Südschweiz.** Viele Hoteliere im Tessin könnten die Anhebung der Mindestlöhne kaum verkraften. Auch in der Luxushotellerie zeigt man sich besorgt.

Von einer Annahme der Mindestlohninitiative wären die Hotellerie und die Gastronomie im Tessin besonders stark getroffen. Einige Betriebe wären akut bedroht.

GERHARD LOB

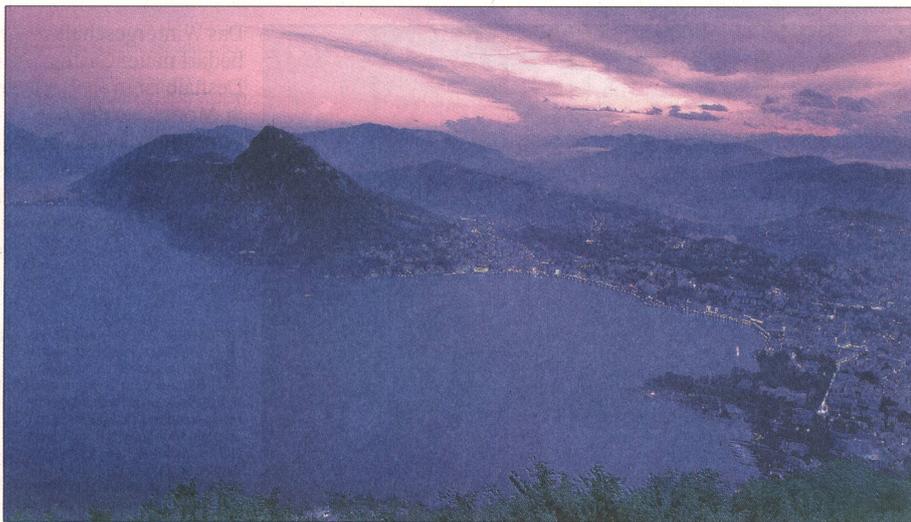
Nach dem Ja zur Masseneinwanderungsinitiative schaut die Hotellerie und Gastronomie im Tessin mit grosser Besorgnis auf die Mindestlohninitiative, über die am 18. Mai abgestimmt wird. «Es herrscht Panikstimmung» sagt ein Hotelier aus dem Locarnese.

Kein Wunder: Für viele Betriebe im Kanton Tessin hätte die Initiative Folgen. Die Lohnstrukturerhebung des Bundes zeigt, dass der Anteil von Tieflohnern in der Hotellerie und Gastronomie generell überdurchschnittlich hoch ist. Bei den Regionen schwingt das Tessin mit einem Anteil von 19 Prozent deutlich obenauf. Beschäftigte in kleinen Betrieben sind im Tessin von Tieflohnern besonders betroffen. Bei einer Annahme der Initiative müssten viele dieser Betriebe den Mindestlohn auf 22 Franken pro Stunde erhöhen.

«Die Initiative ist ein grosses Thema für unsere Branche», sagt Peter Hoecq, Direktor des Kurhauses Cademario bei Lugano. «Wenn Löhne erhöht werden, wird sich das auf die Preise niederschlagen», so Hoecq. Und im Vergleich zu den italienischen Nachbarregionen werde es noch schwieriger. Er halte sich selbstverständlich an die Vorgaben, wie auch an den L-GAV. Doch es sei ein offenes Geheimnis, dass dies nicht alle täten. Einige Betriebe fänden «kreative Lösungen», um Vorschriften zu umgehen. Und ehrliche Betriebe würden so am Ende benachteiligt.

**Personalabbau, um Mehrkosten zu kompensieren**

Wenig begeistert von der Initiative ist ebenfalls Marco Kälin, der im Maggial ein kleines Öko-Hotel mit fünf Angestellten führt. Er rechnet vor, dass er die heutigen Mindestlöhne von 3400 Franken um 17 Prozent anheben müsste. «Das muss ich als Kleinbetrieb erst einmal erwirtschaften», so Kälin. Daniel Schälli, Generalmanager im 5-Sterne-Hotel Eden Roc in Ascona fragt sich, wie allfällige Mehrkosten im Falle einer Annahme der Initiative verkraftet werden könnten: «Der Abbau von Arbeitsplätzen durch verkürzte Saison- oder Öffnungszeiten der



Bedrohliche Stimmung in der Südschweiz. Viele Hoteliere fürchten sich vor einem Ja zur Mindestlohninitiative. swiss-image/Christof Sonderegger

## Panik im Tessin

Restaurants und Hotels könnten bei uns eine Folge sein.» Reto Stoeckenius, Manager des «Principe Leopoldo» in Lugano, hält die Initiative sogar für «kontraproduktiv». Vom neuen Gesamtarbeitsvertrag hätten gerade die Angestellten mit den niedrigsten Löhnen am meisten profitiert, etwa durch den vollen 13. Monatslohn.

Bei der Ablehnung der Initiative herrscht grosse Einigkeit, etwa reservierter sind die Hote-

liers mit Informationen zur Frage, wie viele Mitarbeitende im Falle einer Annahme der Initiative konkret betroffen wären. Marcel Krähenmann vom Hotel La Rocca in Ronco s/Ascona zeigt sich hier vorbildlich transparent. In seinem Hause mit 14 Mitarbeitenden verdienen momentan zwei Angestellte unter 4000 Franken: ein Spüler und ein Zimmermädchen. Alle werden regulär nach L-GAV bezahlt. Krähenmann weist darauf hin, dass die Initiati-

ve für das Tessin drastische Folgen hätte (siehe auch Interview). Nicht ohne Grund habe es in früheren Gesamtarbeitsverträgen eine Rabattierung für Randregionen gegeben.

**Gravierendere Folgen als in der Deutschschweiz**

Manche Hoteliers befürchten, dass die Schwarzarbeit zunehmen könnte. Indes nicht alle Touristiker im Tessin bekämen die Konsequenzen der Initiative zu

spüren. «Für uns hätte es keine Folgen – alle Angestellten verdienen über 4000 Franken», sagt Dominique Vuignier von Swissminiatur in Melide. Gleichwohl ist er gegen eine staatliche Regelung des Mindestlohns. Gabriele Beltrami, Generalsekretär von Gastro Ticino, ist hingegen überzeugt: «Wenn die Initiative angenommen werden sollte, hätte dies für uns wesentlich gravierendere Folgen als für unsere Kollegen des Gotthards.»



**Nachgefragt**  
Marcel Krähenmann

Direktor des Hotels La Rocca in Ronco s/Ascona und Mitglied der Arbeitsrechtlichen Kommission von hotelleriesuisse (ARK)

**Marcel Krähenmann, inwiefern ist die Hotellerie im Tessin von der Mindestlohninitiative in besonderer Weise betroffen?**

Die wirtschaftliche Kraft von Hotels im Tessin ist nicht vergleichbar mit Hotels in Städten wie Zürich oder Bern. Das Tessin kennt nur eine Saison – die Sommersaison. Daher ist die Branche verwundbarer. Die Löhne liegen generell tiefer. Die Mindestlohninitiative stellt für viele Betriebe daher eine akute Bedrohung dar.

**Es liesse sich entgegenen: Der Lohnunterschied zum geltenden Gesamtarbeitsvertrag ist nicht so gross. Der Mindestlohn wird in den meisten Fällen «nur» um einige Hundert Franken angehoben. Gerade wegen der Anwendung des neuen Landes-Gesamt-**

arbeitsvertrags mussten viele Betriebe bereits eine erhebliche Lohn- und damit Kostenerhöhung verkraften. Nach den Krisenjahren liegt für zahlreiche Betriebe eine erneute Lohnerhöhung einfach nicht im Bereich des Möglichen. Es ist bekannt, dass der Tessiner Tourismus schwere Jahre hinter sich hat. 2013 ging es ein wenig besser. Trotzdem sind neue Belastungen nicht tragbar.

**Im Tessin arbeiten auch viele Grenzgänger aus Italien. Hat das Auswirkungen?**

Natürlich. Auch für die Grenzgänger gelten im Falle einer Annahme der Initiative die neuen Mindestlöhne, auch für Ungelernte, die Hilfsarbeiten machen. Gerade für kleine Betriebe wird es schwierig. Das Problem ist, dass die wirtschaft-

liche Kraft der einzelnen Betriebe nicht berücksichtigt wird.

**Wie steht es denn mit dem L-GAV? Weiss man, wie gut dieser im Kanton Tessin eingehalten wird?**

Eine Umfrage von letztem Jahr genau zu dieser Frage zeigte, dass es in unserem Kanton sehr viele Verstösse gab – mehr als in anderen Regionen. Allerdings wissen wir nicht, ob Hotellerie- oder Gastronomiebetriebe betroffen waren. Sicher ist aber: Eine Annahme der Mindestlohninitiative wird die Situation – das Unterlaufen von Regelungen – eher noch verschlimmern. Ich gehe davon aus, dass dann vermehrt Mitarbeiter auf Stundenbasis eingestellt werden beziehungsweise nur noch in Teilzeit. gl

### Schweiz

#### Der Bund sagt Nein zum Berufs-Bachelor

Das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) hat sich gegen die Einführung eines «Professional Bachelor» oder «Professional Master» in der Höheren Berufsbildung entschieden. Das Prüfen der Chancen und Risiken im Bildungssystem und auf dem in- und ausländischen Arbeitsmarkt hätte zu dem Entscheid geführt. Das Ziel klar verständlicher englischer Übersetzungen der Titel wird weiter verfolgt. Sie sollen das Tertiärniveau und die Praxisorientierung erkennen lassen. gsg

#### Zollfreimenge für Wein geht nicht auf 20 Liter rauf



Die Zollfreimenge für Wein und Bier soll nicht wie zunächst geplant von 2 auf 20 Liter erhöht werden. Grund dafür ist die harsche Kritik in der Vernehmlassung. Stattdessen sollen künftig nur 5 Liter Getränke mit bis zu 18 Volumenprozent Alkohol pro Tag und Person zollfrei eingeführt werden. Das führte Finanzministerin Eveline Widmer-Schlumpf im Ständerat aus. Der Bundesrat wird sich noch im Frühling mit der Vorlage befassen, die auch die Verzollung von eingeführtem Fleisch neu regeln wird. zvg

#### Hotelgruppe Sunstar hat im Sommer zugelegt



Die Ferienhotelgruppe Sunstar hat im Sommerhalbjahr 2013 (Mai-Oktober) den Umsatz um 22 Prozent auf 21,4 Mio. Franken gesteigert. Dazu beigetragen hat einerseits das leicht ansteigende Gruppengeschäft aus Deutschland sowie andererseits die Akquisition der beiden ehemaligen Privilege-Hotels in Brissago und im Piemont. Insgesamt wurden 155 000 Logiernächte (+24%) erzielt. Der «stets im schwächeren Sommergeschäft anfallende Halbjahresverlust» konnte auf 2,2 Mio. Franken reduziert werden (-23%), wie Sunstar mitteilte.

### International

#### Hotrec ist neu Mitglied bei der IH&RA

Die Internationale Hotel und Restaurant Association (IH&RA) zählt ein neues Vollmitglied: Das gab Präsident Casimir Platzer am 51. Jahreskongress in Interlaken bekannt. Er freue sich, dass mit der Hotrec nun der europäische Dachverband der Hotels und Restaurants mit an Bord sei. Kent Nyström, Präsident der Hotrec, betonte, dass er viele Kooperationsmöglichkeiten sehe, um die Branche voranzubringen. tl

## Auch Luxushotels warnen

Die historischen Luxushotels der Schweiz kämen mit einem Mindestlohn von 4000 Franken unter Druck. Das betont die Vereinigung der Swiss Deluxe Hotels.

Die Mindestlohn-Initiative, die am 18. Mai zur Abstimmung steht, bereitet längst nicht nur den Betreibern von kleinen und mittleren Hotels Sorgen. Auch die Vereinigung der Swiss Deluxe Hotels, zu der 38 Traditionshäuser in der ganzen Schweiz zählen, warnt vor den Konsequenzen. Neben einzelnen Betriebsschliessungen würde die Einführung eines Mindestlohns auch Qualitätseinbußen in den Luxushotels bedeuten, hob Verbandspräsident Jan E. Brucker kürzlich an der

Jahresmedienkonferenz in Zürich hervor. In den 38 Hotels, unter denen sich Bastionen der Schweizer 5-Sterne-Hotellerie wie das Zürcher «Baur au Lac» oder das «Montreux Palace» befinden, verdienen rund 10 Prozent der Beschäftigten unter 4000 Franken. In Saisonhotels wie dem berühmten Grand Hotel Kronenhof in Pontresina sind es sogar 30 Prozent.

Um den 13. Monatslohn bereinigt, beträgt der tiefste Lohn in der Branche laut Swiss-Deluxe-

Hotels-Geschäftsführer Siro Barino 3700 Franken. Ohne die häufig ungelerten Hilfskräfte in der Küche, bei den Dienstleistungen oder in der Wäscherei stünden die Grand Hotels still.

Für die Hoteliers stelle sich die Frage, ob sie mit einem Mindestlohn Mitarbeiter entlassen und den Service herunterfahren oder die Preise erhöhen sollten. «Der Gast würde es wohl bezahlen», hofft Heiko Nieder, der im «The Dolder Grand» in Zürich die Gastronomie leitet. tl

#### SGB-Initiative 22 Franken in der Verfassung

Mit der Volksinitiative «Für den Schutz fairer Löhne» (Mindestlohn-Initiative) möchte der Schweizerische Gewerkschaftsbund (SGB) einen gesetzlichen Mindestlohn in der Bundesverfassung verankern. Demnach sollen alle Arbeitnehmende mindestens 22 Franken pro Stunde erhalten. Die htr hotelrevue greift im Vorfeld der Abstimmung vom 18. Mai in loser Folge verschiedene Aspekte der Initiative auf. tl

# Der erste Schneemarkt



Worum es am ersten **Snow Travel Mart in St. Moritz** (auch) gegangen ist: das vielzitierte «Schnee-Erlebnis» für Gäste aus Fernmärkten.

Bilder swiss-image/Andy Mettler



Der Gastgeber des Gala-Dinners: **Vic Jacob**, Direktor des noblen Suvretta House.



Die Ski von (vor-)gestern geschultert, die Märkte von morgen im Blick: ST-Vizedirektor **Urs Eberhard**.



Marketingprofis: **Mirjam Bruder**, Engadin-St. Moritz, **Oliver Guggisberg**, Schweiz Tourismus, sowie **Angela Rupp**, Engadin-St. Moritz (v.l.n.r.).



Ob die runde Zahl eine runde Sache wird? **Ariane Ehrat**, CEO von Engadin-St. Moritz, ist zuversichtlich.



Wie alles anfing: ST-Direktor **Jürg Schmid** vor historischen Fotos.

Das Wintergeschäft bedarf neuer Gäste. Deshalb ist in St. Moritz, wo der Wintertourismus vor 150 Jahren lanciert worden war, der **Snow Travel Mart** veranstaltet worden.

ALEX GERTSCHEN

In St. Moritz ist vom 12. bis 15. März der erste Snow Travel Mart Switzerland durchgeführt worden, quasi die Winterausgabe des bewährten Switzerland Travel Mart. Laut Schweiz Tourismus nahmen rund 180 Einkäufer aus 44 Ländern an der Veranstaltung teil. Ungefähr 200 000 Logiernächte im Wert von gut 40 Millionen Franken seien generiert worden, teilte die Marketingorganisation in einem Communiqué mit.

## Mit dem Pfund des «Originals» auf neuen Märkten agieren

Nicht zufällig wurde der Anlass in St. Moritz organisiert: In der Saison 2014/2015 wird der Ferienort 150 Jahre Wintertourismus feiern, in Erinnerung an die britischen Gäste, die auf Einladung des Hoteliers Johannes Badrutt nach den Sommer- auch erstmals die Wintermonate im Oberengadin verbrachten. Der Status des «Originals» soll dem Winterferienland Schweiz gerade in Asien und Südamerika zusätzliche Aufmerksamkeit bringen. Auch diese neuen Märkte waren am Snow Travel Mart vertreten.

Sowohl Schweiz Tourismus als auch Engadin-St. Moritz (ESTM) zeigten sich mit dem Anlass sehr zufrieden. Ariane Ehrat, die CEO von ESTM, hofft, dass der Snow Travel Mart künftig jährlich durchgeführt wird – und dass St. Moritz nach der erfolgreichen Ausrichtung mit dem Switzerland Travel Mart demnächst auch einmal das Original der hiesigen Tourismusmesse werden dürfen.

## Sesselrücken

### Peter Meier ist definitiv CEO der Kuoni-Gruppe

Seit Juni 2013 führte **Peter Meier** (Bild) den Kuoni-Konzern als Chief ad interim. Nun ist er vom Kuoni-Verwaltungsrat definitiv als CEO



bestätigt worden. Meier war gleichzeitig Finanzchef. Diese Position wird neu von **Thomas Peyer** übernommen. Sowohl der neue Konzernchef Meier als auch der neue Finanzchef Peyer würden ihre Funktionen mit sofortiger Wirkung übernehmen, heisst es in einer Mitteilung von Kuoni.

### Anja Keckeisen interimistisch GM von Holiday Check

Seit Anfang März unterstützt die erfahrene Tourismusmanagerin **Anja Keckeisen** das deutschsprachige Bewertungs- und Bu-



chungsportal Holiday Check. Sie wird interimistisch als General Manager für die Regionen Deutschland, Österreich und Schweiz tätig sein. Damit tritt sie bis auf Weiteres die Nachfolge von **Patrick Feil** an, der die Holiday Check AG Ende Februar verlassen hat.

### Armin Egli neuer Küchenchef im «Palace» Luzern

Der passionierte und erfolgreiche Koch **Armin Egli** hat am 1. März das kulinarische Zepher im Hotel Palace Luzern übernommen. Der



32-jährige St. Galler war nach der Grundausbildung im Hotel Widder in Zürich im Grand Hotel Bellevue in Gstaad, auf Luxuslinern auf den Weltmeeren und in Asien als Sous-chef engagiert. Als neuer Küchenchef wird **Armin Egli** für die gesamte Kulinarik des Palace Luzern verantwortlich zeichnen.

### Thomas Kirchhofer verlässt Interhome

Der Head of Purchasing und Country Manager Schweiz von Interhome, **Thomas Kirchhofer** (Bild), verlässt das Unternehmen



per Ende März. Sein Entschluss beruht auf dem Erlass von neuen, vereinfachten Strukturen bei Interhome. Die Geschäftseinheiten Operations und Einkauf werden neu unter die Verantwortung von **Roger Müller** gestellt. Er übernimmt von **Thomas Kirchhofer** auch den Markt Schweiz. ste

# Kick-off mit Ausrufezeichen

«**Made in BE!** - Best of Switzerland»: Selbstbewusst positioniert der Tourismuskanton Bern seine Angebotsvielfalt neu am Markt. Etwa 100 geladene Gäste stiessen diesen Dienstag auf dem Gurten auf die Lancierung der neuen Marke an.

Vom Gurten aus hat man bei schönem Wetter einen prächtigen Überblick über die landschaftliche Vielfalt des Kantons Bern. Und schön war es am Dienstag dieser Woche, als sich hundert geladene Gäste auf Einladung der Marketingorganisation «BE! Tourismus AG» auf dem Berner Hausberg versammelten, um der Lancierung des neuen Labels beizuwohnen.

Engagiert präsentierte BE!-Direktor **Harry John** den selbstbewussten Markenauftritt (siehe unser Interview auf Seite 3). Das wurde allgemein gut, aber auch mit Vorsicht aufgenommen. Das Baby, so der Tenor, muss erst noch laufen lernen. gn



Selbstbewusst im Auftritt: BE! Tourismus-Direktor **Harry John** vor neuem Label.



Ausflug auf den Gurten bei Sonnenschein pur: Kantonale Politiker, Touristiker, Journalisten und Vertreter des Wirtschaftsstandortes Bern. Bilder Sarah Hinmi



Gut gelaunt: **Nicole Diermeier**, Marketingleiterin Schweiz Tourismus, und **André Lüthi**, CEO Globetrotter.



**Catherine Raemy**, Marketing BE! Tourismus, mit **Hans Neuschwander** (li.) und **Albert Kruker**, beide Lenk Simmental Tourismus.



**Stephan J Maeder**, hotellerieuisse, **Eveline Neeracher**, Gastro Bern, **Martin Bachofner**, Gstaad Saanenland Tourismus (re).

# Virtuellement poétique

**Du musée contemplatif au musée interactif. L'Alimentarium de Vevey expérimente l'usage des technologies digitales en vue de sa nouvelle exposition permanente.**

LAETTITA BONGARD

Devenir l'artiste d'une toile virtuelle géante à l'aide d'une palette de peintre digitalisée; faire parler la corbeille de fruits d'une nature morte du 17e siècle grâce à un scanner et des codes barre; se plonger dans les techniques ancestrales de la fabrication du fromage en faisant appel à la réalité augmentée sur un iPad.

L'Alimentarium de Vevey, fondation Nestlé, a consacré 20 000 à 30 000 francs pour quatre activités recourant aux technologies digitales dans son exposition temporaire «Délices d'artistes», à voir jusqu'au 27 avril. «A ce coût, s'ajoute celui du développement qui est très cher.

Mais ces dispositifs seront réutilisés dans la future exposition permanente de l'Alimentarium, prévue en 2016. Le projet n'aurait pas été finançable sinon», admet Denis Rohrer, conservateur du musée. Un projet test qui met en lumière les contraintes du multimédia, son apport pour les visiteurs et sa capacité à transmettre les connaissances. Le multimédia comme passage obligé de l'institution de la Riviera, qui a accueilli 65 500 visiteurs en 2013, dont 46% de moins de 16 ans? «Face aux exigences en termes de fréquentation, les technologies digitales peuvent constituer une réponse, à condition qu'elles intègrent une réflexion globale», estime Denis Rohrer.

L'Alimentarium accueillait vendredi les professionnels des musées suisses pour débattre des enjeux de la muséographie numérique. Réflexion dans l'air du temps ou quand faut-il adopter le numérique pour véhiculer un savoir? «Le multimédia trouve sa place lorsqu'il

**«Le multimédia trouve sa place lorsqu'il entre au service de l'objet, et non l'inverse.»**

Isabelle Benoît  
Muséologue

entre au service du propos ou de l'objet, et non l'inverse. Il doit apporter une plus-value d'information; il peut aussi être un moyen de surprendre le visiteur différemment», résume la muséologue et commissaire d'exposition Isabelle Benoît, qui a entre autres



L'Alimentarium teste certains dispositifs multimédias dans son exposition «Délices d'artistes». ldd

collaboré au Musée de la Croix Rouge à Genève.

Un moyen de séduire son public, mais lequel? «Les élèves des classes primaires se sont montrés très réceptifs face à cette technologie, alors que les ados étaient quelque peu blasés», a pu observer Camille Prenez, assistante de projet à l'Alimentarium. La capacité d'émerveillement est «généralement plus marquée auprès d'une génération qui n'est pas née avec ces technologies», note Isabelle Benoît. Emmerveillée certes, mais pas toujours formée à

l'utilisation de ces supports. Pire pour les enfants parfois exclus de ces activités du fait de leur petite taille par exemple. A l'investissement important que supposent ces dispositifs s'ajoutent les frais d'entretien. L'Alimentarium en a fait l'expérience: des iPad qui ont perdu en autonomie, un pinceau tactile qui n'aura résisté que quelques semaines.

Face à quelques représentants d'institutions muséales encore dubitatifs, Vincent Delvaux, concepteur multimédia de «Délices d'artistes» de l'agence bruxelloise

Tempora, tient à rassurer: «La technique ne vient que supporter le message que vous souhaitez faire passer. C'est toujours vous qui validez le contenu.» Son coéquipier Xavier Wielemans renchérit: «Le waouh effect ne doit pas être technique, mais scénographique.» Importance du contenu, de la poésie, une cohérence globale entre la forme et le fond.

Isabelle Benoît résume le secret de la réussite ainsi: «Lorsque la connaissance passe par l'enchantement, que la technologie s'est faite oubliée.»

En bref

## Suisse Des chefs romands invités de Saporì Ticino

Le festival San Pellegrino Saporì Ticino est placé sous le signe de la collaboration avec Swiss Deluxe Hotels. Du 6 au 11 avril des chefs invitent au Tessin un cuisinier de renom travaillant dans un des établissements du groupe. Notamment quelques Romands: Pierre Crépaud du Montblanc, au Crans Hotel & Spa; Sandee Bhagwat du «Rasoi by Vineet» au Mandarin Oriental, Genève et Edgar Bovier de La table d'Edgard, au Lausanne Palace.

[www.saporiticino.ch](http://www.saporiticino.ch)

## Vaud Nez de Bergerac pointe ses crus à Morges

Pour sa 19e édition, Arvinis, le salon des vins du monde créé par Nadège et Philippe Fehlmann, proposera plus de 2500 nectars du monde entier en dégustation. A Morges, du 2 au 7 avril, les crus structurés de Bergerac viendront en hôte d'honneur. Les vigneron de la région ne craignent pas le nez... Celui de Cyrano rapproche leurs valeurs de celles du héros d'Edmond Rostand: «La fierté, le panache, le courage, mais aussi le goût de la fête.» aca

[www.arvinis.ch](http://www.arvinis.ch)

ANNONCE

**1 MILLION  
POUR LA GASTRONOMIE  
INSCRIPTION  
JUSQU'AU 9 MAI 2014**

## HENNIEZ VOUS INVITE AU RESTAURANT

En participant à la promotion «HENNIEZ vous invite au restaurant», vous augmentez la visibilité de votre établissement et profitez de bons-restaurant offerts par HENNIEZ pour amener de nouveaux clients

à votre table. Vous voulez mettre toutes les chances de votre côté pour la réussite de votre restaurant? Inscrivez-vous auprès de votre représentant HENNIEZ ou envoyez un e-mail à [info.ch@waters.nestle.com](mailto:info.ch@waters.nestle.com)



**HENNIEZ**

L'eau qui vous réussit.

En bref

## Genève

### Légère baisse de fréquentation au Salon de l'auto

Le Salon international de l'automobile de Genève a fermé ses portes dimanche soir, après onze jours d'ouverture au public. Les organisateurs annoncent une fréquentation «légèrement inférieure à l'année précédente», 670 000 visiteurs contre 690 000 en 2013. Une météo particulièrement clémente serait à l'origine de cette baisse, indique un communiqué. La dimension internationale du salon se maintient, avec 49% de visiteurs étrangers, venus essentiellement de France, d'Italie et d'Allemagne. Une légère augmentation du public féminin a pu être observée, représentant 24% du public. lb

# Une loi convaincante

**A Neuchâtel, la nouvelle législation sur le tourisme a été largement plébiscitée par le législatif. Un nouvel outil qui ravit aussi l'ensemble des professionnels.**

CLAUDE JENNY

Ce vote communiste montre que nous avons bien travaillé en amont», Yann Engel, directeur de Neuchâtel tourisme commente ainsi un vote à 108 voix contre deux. Il a été parmi les spécialistes étroitement associés à l'élaboration de cette nouvelle loi sur le tourisme qu'il juge excellente: «Elle est exactement telle que nous aurions voulu qu'elle soit. Nous étions optimistes mais nous ne pensions pas qu'elle ferait une telle unanimité.» Il se félicite que le canton de Neuchâtel soit novateur en la matière. Il est en effet le premier canton concerné à entériner son soutien à l'organisme Jura & Trois-Lacs. L'apport de ce nouvel

instrument est de «désenchevêtrer les sources de contributions et de solidifier le soutien financier à Jura & Trois-Lacs», estime Yann Engel. Désormais, tous les acteurs de la branche savent qui reçoit quoi et pour faire quoi. S'agissant de l'apport de l'Etat, il prendra la forme d'une participation de 700 000 francs au groupe des six régions Jura & Trois-Lacs. Apport à la tirelire commune qui servira exclusivement à la promotion des régions concernées. «Le fait d'ancrer ce financement dans la loi est un formidable soutien pour l'entité Jura & Trois-Lacs.» C'est en quelque sorte un acte de foi quant au bien-fondé de cette union des forces affectées à la promotion.



Une loi qui devrait être favorable à l'ensemble des sites touristiques. Ici, le Creux-du-Van.

swiss-image/Roland Gerth

ANNONCE

Plus croustillantes,  
**PLUS RENTABLES!**

Les frites SUPER-COUNTRY sont une nouveauté de la ligne SUPER-CRISP. Grâce à la pelure et à la coupe de 12x12 mm, ces pommes frites traditionnelles semblent être faites à la maison. La technologie SUPER-CRISP de KADI ne les rend pas seulement plus croustillantes et plus rentables, mais permet également de les maintenir chaudes plus longtemps.



**KADI**  
Swiss Premium Quality

Depuis 1951, KADI est un fabricant novateur de produits réfrigérés et congelés au service des cuisiniers suisses. Consultez notre site [www.kadi.ch](http://www.kadi.ch). Notre offre comprend l'accompagnement qui vous convient!

«Pour nous, la nouvelle loi confirme aussi clairement quelle est la tâche de Neuchâtel tourisme, à savoir le développement de l'offre sur le plan régional. Il nous incombe de revêtir notre bleu de travail», résume joliment le contre-maître-directeur.

la forte réduction de la taxe sur les patentes, de l'ordre de 40%. Une bouffée d'oxygène d'autant plus appréciée que le solde continuera à être affecté à la formation professionnelle, mais sous un jour nouveau. Adieu les cours obligatoires de cafetiers.

#### «Cela consolide la participation financière à Jura & Trois-Lacs»

A la tête de l'équipe qui pilote à Bienne les activités de Jura & Trois-Lacs, Michael Weyeneth est tout aussi laudatif: «Cette loi crée

une situation claire en reconnaissant notre plate-forme comme le partenaire officiel du canton de Neuchâtel. Elle officialise un partenariat et consolide la participation financière». La contribution neuchâteloise représente 26% du budget global de 2,6 millions à disposition de Jura & Trois-Lacs.

Et les hôteliers-restaurateurs, sont-ils aussi enthousiastes? «Mais oui, nous sommes pleinement satisfaits» déclare Martin Mayoli, président de la Société des hôteliers Neuchâtel-Jura. «Nous avons été écoutés et entendus» ajoute-t-il. Pour les professionnels de la branche, la principale satisfaction résulte de

#### Un nouvel outil moderne et adapté aux besoins

«Quelle bonne nouvelle, jubile Martin Mayoli. Il ne sera plus possible de croire que l'on forme un patron cafetier-restaurateur en suivant un cours de trois semaines.» Désormais, c'est un concept d'auto-contrôle interne qui sera utilisé pour rendre plus difficile l'ouverture d'un établissement public. Et une commission paritaire se chargera de gérer le fonds de formation.

Quant à l'effort financier consenti par l'Etat, il sourit aux acteurs de la branche, en particulier aux hôteliers. «Désormais, la plate-forme marketing de Jura & Trois-Lacs pourra tourner à plein régime» se félicite l'hôtelier. Il qualifie la nouvelle loi de «moderne et adaptée aux besoins.» La précédente datait de 1986.



**«La nouvelle loi est exactement telle que nous aurions voulu qu'elle soit.»**

Yann Engel  
Dir. de Neuchâtel Tourisme

## Un Lunch de Printemps devenu essentiel pour le financement

Montreux-Vevey Tourisme a réuni 750 personnes pour cet événement où elle annonce ses nouveaux projets.

Le 30e Lunch de Printemps de Montreux-Vevey Tourisme a attiré 750 convives vendredi dernier au 2M2C. Ce repas de soutien représente aujourd'hui un soutien financier essentiel au fonctionnement de l'Office du tourisme - en 1985 quelques membres de la commission «cotisations» avaient eu l'idée de l'organiser en réunissant 180 personnes. A cette occa-

sion les projets phares pour 2014 ont été présentés. Avec un renforcement de la thématique des hôtes célèbres, un atout qui sera mis en avant dans la promotion de la destination. MVT donnera aussi un nouvel élan aux «bancs qui parlent» en les modernisant avec les technologies digitales de pointe. Enfin un nouveau film promotionnel existe. aka



La foule des grands jours, à Montreux.

Grégoire Chappuis

# «Il n'y a pas de frontière à la durabilité»

**Taleb Rifai, secrétaire général de l'Organisation mondiale du tourisme, était de passage à l'Ecole hôtelière de Lausanne mardi. La durabilité comme ligne de conduite.**

LAETITIA BONGARD

Taleb Rifai, vous êtes l'invité du Young Hoteliers Summit organisé par les étudiants de l'Ecole hôtelière de Lausanne. Quel message aimeriez-vous faire passer aux futurs cadres de l'industrie touristique? J'aimerais leur faire comprendre qu'ils constituent un maillon important du monde et de sa dynamique. Ils doivent se voir comme des acteurs du changement, garder une image globale, prendre conscience qu'ils ne sont pas seulement là pour accomplir un travail passion-

nant, mais qu'ils contribuent aussi à un monde meilleur sur terre. Pour certains, cela peut paraître vain de ne pas changer la serviette de bain d'un hôtel chaque jour, mais imaginez si un milliard de personnes le font? Pareil si un concierge amène un client dans un restaurant local, fait appel à un guide indigène. Sans cette prise de conscience nous n'irons nulle part.

**Le nombre de touristes dans le monde ne cesse d'augmenter, atteignant 1,1 milliard en 2013. Quels sont les dangers d'une croissance trop rapide?**

Le tourisme est devenu une activité humaine immense, il est certain qu'il y aura des répercussions. Un milliard de voyageurs signifie un milliard de possibilités ou un milliard de désastres. Tout dépend de nous. La croissance fait partie de l'histoire humaine. Le but n'est pas de la freiner, mais de développer notre capacité à gérer cette croissance de la meilleure façon possible, dans le respect de la durabilité. Il y a trois moyens d'y parvenir: le management, l'éducation et la technologie.

**Pensez-vous que l'essor de l'activité touristique contribue à éliminer les différences sociales ou au contraire, les renforce-t-elle?**

Le monde est plus ouvert et connecté que jamais, à nous d'en faire quelque chose de positif. On trouve toujours des endroits sur terre où la population locale est totalement déconnectée du monde touristique. A nous de les intégrer au processus, de travailler avec eux, leur montrer ce qu'ils

peuvent faire avec des touristes: ouvrir un café, un restaurant, proposer des cours de plongée, louer des canoës.

**Comment les grands acteurs de l'industrie touristique, tels que les resorts, prennent-ils ces idées en considération? La prise de conscience augmente, nous sommes loin du tourisme de masse des années 1960-1970. Les all-inclusive essaient de mêler le local à**

leurs offres. Par exemple: ce soir le repas se prend dans le village d'à côté. Une manière de partager le profit à l'échelle locale.

**«La Suisse devrait encore davantage partager son histoire avec les pays émergents.»**

Taleb Rifai  
Secrétaire général de l'OMT

**Quel rôle la Suisse peut-elle**

**jouer dans ce processus?** Le tourisme suisse est un excellent exemple dans sa manière d'être connecté à la vie des gens. Le développement de la Suisse est intimement lié au tourisme, mais elle devrait encore davantage partager son histoire. Il est important que les destinations les plus performantes se sentent responsables envers les destinations émergentes. Il n'y a pas de frontière à la durabilité.

**Quel genre d'expériences peut-elle partager?**

Des exemples d'application, de management de destination. Aujourd'hui la montagne et le ski n'est plus le monopole de la Suisse, de la France et de l'Autriche. Je reviens du Kazakhstan qui ambitionne de créer le plus grand domaine skiable au monde. Nous devons veiller à ce que les désirs légitimes des pays émergents soient assistés par l'expérience de destinations compétentes. La Suisse peut faire beaucoup, tout comme l'Europe en général.



Taleb Rifai s'est adressé aux étudiants de l'EHL: «Vous êtes des acteurs du changement.»

EHL

## Parcours Du gouvernement jordanien à l'OMT

Taleb Rifai, d'origine jordanienne, est le secrétaire général de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) depuis mars 2009. Son mandat a été reconduit au 1er janvier pour une durée de quatre ans. Né en 1949, Taleb Rifai a débuté sa carrière comme professeur d'architecture à l'université d'Amman. Il a par la suite occupé diverses fonctions ministérielles au sein du gouvernement jordanien, notamment celle de Ministre du tourisme et du patrimoine. lb

## L'art de maîtriser la croissance

La croissance implique des «responsabilités», rappelle le secrétaire général Taleb Rifai. Le nombre de touristes internationaux devrait atteindre 1,8 milliard d'ici à 2030, selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT, UNWTO en anglais). Ce nombre a atteint un chiffre record en 2013 avec 1,087 milliard de touristes ayant voyagé à l'étranger, soit 52 millions de personnes supplémentaires. L'OMT prévoit une croissance de 4 à 4,5% pour 2014.

Face à ce développement fulgurant, particulièrement prononcé dans la région Asie-Pacifi-

que (+6% en 2013), l'OMT «offre son assistance aux destinations pour qu'elles se positionnent de façon durable sur les marchés national et international qui ne cessent de se complexifier», peut-on lire sur son site internet. «La plus grande partie de mon travail consiste à discuter, convaincre les gens, faire du networking. J'ai rencontré en deux ans et demi 53 ou 54 chefs d'Etat. Lorsque ces rencontres permettent de changer les choses, cela me donne une énorme satisfaction», relate Taleb Rifai. Un exemple: un pays d'Asie «merveilleux» mais dont le régime de visa et la régle-

mentation de l'espace aérien entravaient le développement touristique. «J'ai soulevé ces deux problèmes lors d'une discussion avec le président. Lors d'une seconde rencontre, il m'a affirmé avoir assoupli le régime des visas. J'étais très satisfait.»

L'OMT existe sous sa forme actuelle depuis 1976. En tant qu'institution des Nations Unies, elle est chargée de promouvoir un tourisme responsable et accessible à tous. Son siège se trouve à Madrid. Elle compte 156 états membres et plus de 400 membres affiliés, parmi lesquels l'Ecole hôtelière de Lausanne. lb

## Mars sera divin aux Portes

D'abord 200 journalistes du monde entier à Champéry, puis Rock The Pistes sur l'ensemble du domaine skiable. Prémices d'une bonne fin de saison.



L'ambiance toujours explosive de Rock The Pistes, aux Portes du Soleil. Ici l'an dernier avec Shaka Ponk, à Châtel. ldd

Champéry va vivre quelques jours mouvementés. Cela commence par la 61e rencontre du Ski club international des journalistes du 22 au 29 mars. 350 pays représentés par 200 journalistes. Champéry Tourisme se réjouit de cet événement: «Hors des Jeux olympiques ou d'une coupe du monde de ski, impossible de faire venir autant de journalistes dans une station.» A cette occasion le savoir-faire suisse se mettra en scène avec comme partenaires: Swiss Wine Promotion, Valais/Wallis Promotion, Swiss Tasting, Suisse Tourisme et Présence Suisse. Au centre des débats la thématique: «Quel avenir pour la montagne et le tourisme suisse?» Ces journalistes découvriront

aussi un festival unique en Europe qui présente une quatrième édition sous le signe du Royaume-Uni: Rock The Pistes, aux Portes du Soleil. Cela commence le jeudi 26, à Avoriaz avec Klaxons mélange de «rock à guitares et hédonisme acid-house» et se termine le 30 mars, à Morzine-Les Gets au sein jazzy de Ben l'Oncle Soul. Les stations suisses ne seront pas en reste avec Mass

Hysteria «qui mêle savamment des intonations de métal, rock et rap», le 27, à Morgins et un pape du reggae Lee Scratch Perry le 29 mars, à Champéry-Les Crosets. Quant aux brûlures suaves de Pete Doherty et ses Babyshambles, elles se consumeront sur la poudre de Châtel, le 28 mars. Concept du festival: le forfait de ski devient ticket d'entrée. Sésame ouvre-toi! aka

## Les gens

### Nouvelle directrice pour Glion Institut de Hautes Etudes

Judi Hou est la nouvelle directrice générale de Glion Institut de Hautes Etudes. Elle a exercé des fonctions de management au sein



ldd

de grands groupes hôteliers internationaux, tels que Mandarin Oriental, Park Hyatt et Swiss Hotel. Durant sa carrière, elle a également enseigné à l'Ecole hôtelière de Lausanne, dirigé les ressources humaines de la School of Hotel & Tourism Management de Hong Kong et dirigé Les Roches Jin Jiang International Management College de Shanghai. Glion compte deux campus en Suisse (Montreux et Bulle) et un à Londres. lb

### Rencontre au sommet au Beau-Rivage



ldd

Dominique Gauthier, chef du Chat Botté au Beau-Rivage Genève, accueillera six autres grands chefs le 7 avril. Il s'agit de la deuxième édition de «La rencontre des chefs». Cette année seront présents des chefs étoilés d'hôtels prestigieux de la rade. Notamment Philippe Bourrel du Richemond et Jérôme Manificier de l'Hôtel de la Paix. Chaque chef présentera deux créations culinaires inédites et quatre vigneronnes suisses les accompagneront autour de buffets éphémères. Les réservations viennent d'ouvrir sur le site internet itaste.com.

### «Luna», les aléas d'une structure bien vivante

Hazeline van Swaay et la structure Luna du Saint-Prex Festival pourront rester sur la tour de l'Horloge du village de La Côte.



Sarah Himi

Cette structure futuriste qui avait été finaliste du dernier Milestone était menacée de devoir se déplacer à la suite d'un recours au Tribunal de droit administratif et public du Tribunal du canton de Vaud de trois citoyens. Ils ont été déboutés cette structure de 740 places pourrait être utilisée à Lausanne et Genève. Le festival se déroulera du 19 au 31 août. aka

## Genève et le Sud facteurs de croissance

Les pinèdes, les grillons, la piste de pétanque semblent éloignés de Genève. Et pourtant... Alain Barbey, directeur général de TGV Lyria a choisi l'Hôtel Warwick de Genève pour annoncer que les résultats de croissance à deux chiffres de la compagnie sont dus essentiellement à l'intégration des lignes Genève-Sud de la France dans son réseau, depuis décembre 2012. Une croissance de 5% au niveau du trafic international a été enregistrée sur cet axe. Grâce notamment au repositionnement horaire, plus particulièrement dans le sens Marseille-Genève. Alain Barbey note aussi que «les trajets vers Nice se composent d'une clientèle suisse allemande à 50%». Donc le Sud nourrit les succès globaux en 2013 qui se décomposent ainsi: plus de 5,9 millions de passagers ont emprunté un train à grande vitesse, ce qui représente une progression de 18% par rapport à 2012. Le chiffre d'affaires est en progression de 13% par rapport à 2012 représentant près de 449 millions.

### Deux millions de voyageurs entre la Suisse romande et Paris

Le marché français reste important: «Malgré un contexte économique peu favorable sur ce marché, Lyria a connu une hausse de trafic de 4%». La Suisse romande, comprenant principalement les lignes Genève-Paris et Lausanne-Paris, a connu également une croissance de trafic de 4% par

**TGV Lyria annonce de bons chiffres. Ses lignes entre la Suisse romande et Paris ou Marseille progressent. La compagnie travaille activement avec le monde du tourisme.**

ALEXANDRE CALDARA

rapport à 2012, portant le nombre de voyageurs sur ces deux lignes à près de deux millions. Quant à la ligne Zurich/Bâle-Paris elle continue sa croissance avec une hausse de fréquentation de 3% et près de 800 000 voyageurs internationaux en 2013.

Alors que souhaiter aux trains aux bords pointus pour 2014? «Notre stratégie est d'optimiser nos horaires, de moderniser la flotte sur Genève-Paris, et de gérer au mieux les travaux de cet été», explique Alain Barbey. Concrètement, une nouvelle fréquence spécialement pensée pour les voyageurs d'affaires proposera dès l'été 2014, un départ à 6h11 de Paris gare de Lyon, à destination de Genève. Elle desservira Genève du lundi au vendredi en seulement 3h16, avec un arrêt à Bellegarde. Quatre trains par jour, deux dans les deux sens et de

dernière génération circuleront sur la ligne. Mais une période difficile attend aussi la compagnie avec d'importants travaux de modernisation sur la ligne Genève-Bellegarde du 15 juillet à fin septembre. Le temps de parcours sera allongé de 1h30 vers Paris et le Sud de la France. Par ailleurs, Lyria étendra son réseau par la mise en place de quatre aller-retour hebdomadaires entre Genève et Lille. Avec un arrêt commercialement intéressant, à Marne-La-Vallée, capitale de Disney. «Une manière très pratique d'arriver directement dans le parc d'attraction, plus que depuis Paris.»

### De fructueuses collaborations avec les acteurs touristiques

Qu'en est-il des relations entre TGV Lyria et Suisse Tourisme? «Nous sommes dans une très bonne dynamique avec dix actions communes pour développer le tourisme, on peut notamment citer un projet de livre avec le photographe Yann Arthus-Bertrand», répond Alain Barbey. Et il poursuit: «Nous ne pouvons rien faire seul de notre côté, nous avons par exemple une excellente collaboration avec Bâle Tourisme et la fondation Beyeler, comme avec le comité régional du tourisme de l'île de France et le musée d'Orsay.» Il cite aussi la collaboration avec Atout France.

Cinq voitures bar s'habillent du design des Montreux Jazz Café. On peut écouter «Smoke On The Water» à grande vitesse.



Une voiture bar avec le design du Montreux Jazz Café.

SNCF

## De la suite pas seulement dans les idées

D'importants travaux de rénovations viennent de se terminer dans deux grands hôtels genevois. Trois nouvelles suites présidentielles au Four Seasons Hôtel des Bergues et un sixième étage entier au Mandarin Oriental.



Une des nouvelles suites présidentielles de l'Hôtel des Bergues. left

Le Four Seasons Hôtel des Bergues et le Mandarin Oriental, de Genève annoncent tous deux la fin de leurs travaux de rénovations. L'Hôtel des Bergues vient de terminer ses trois nouvelles suites présidentielles qui complètent sa collection de six suites présidentielles réparties dans cinq catégories. Elles portent la signature du décorateur français Pierre-Yves Rochon.

Chacune de ces trois suites a bénéficié d'un vaste plan de restauration pour un budget oscillant entre 410 000 euros et 820 000 euros par suite. La suite Bergues

comprend un espace très haut de plafond avec des grandes baies vitrées. Des tons crème prédominent et donnent une ambiance contemporaine, alors que les finitions restent classiques. La suite loft est un appartement lumineux, aéré, doté d'une belle hauteur sous plafond et de grandes fenêtres. Elle est équipée d'une cheminée et d'un hammam. Paul Robida, collaborateur de Pierre-Yves Rochon, a travaillé sur les deux suites Lake View (ou la suite deux chambres suivant les aménagements), en misant sur des tons

crèmes, mauves et l'emploi du bois naturel. Elles offrent une vue spectaculaire sur le lac et la ville.

Avec la fin des travaux au sixième étage le Mandarin Oriental de Genève peut présenter 23 nouvelles chambres et suites, dont une exclusive «Royal Mandarin Suite». Les espaces des chambres et suites sont compris entre 68 et 220 mètres carrés et conçus par la designeuse parisienne Sybille de Margerie. La chaîne Mandarin Oriental présente aussi de nouvelles suites à Miami, Barcelone et New York. aca

ANNONCE



**Notre entreprise ne manque pas d'étoffe :  
Qualité suisse sous sa forme la plus belle**

100 mètres de tissu à l'heure : nos ateliers de Burgdorf travaillent vite. Mais plus que la rapidité, c'est la qualité de nos produits et notre sérieux qui assurent notre succès depuis plus de 140 ans. C'est pourquoi nous continuerons à produire des étoffes de haute qualité qui répondent aux vœux spécifiques des clients. L'atout de notre service : nos clients reçoivent chez nous tout de A à Z : de la création du linge à son entretien dans nos blanchisseries en passant par sa réalisation et sa production.

Schwob AG, Kirchbergstrasse 19,  
3401 Burgdorf, schwob.ch

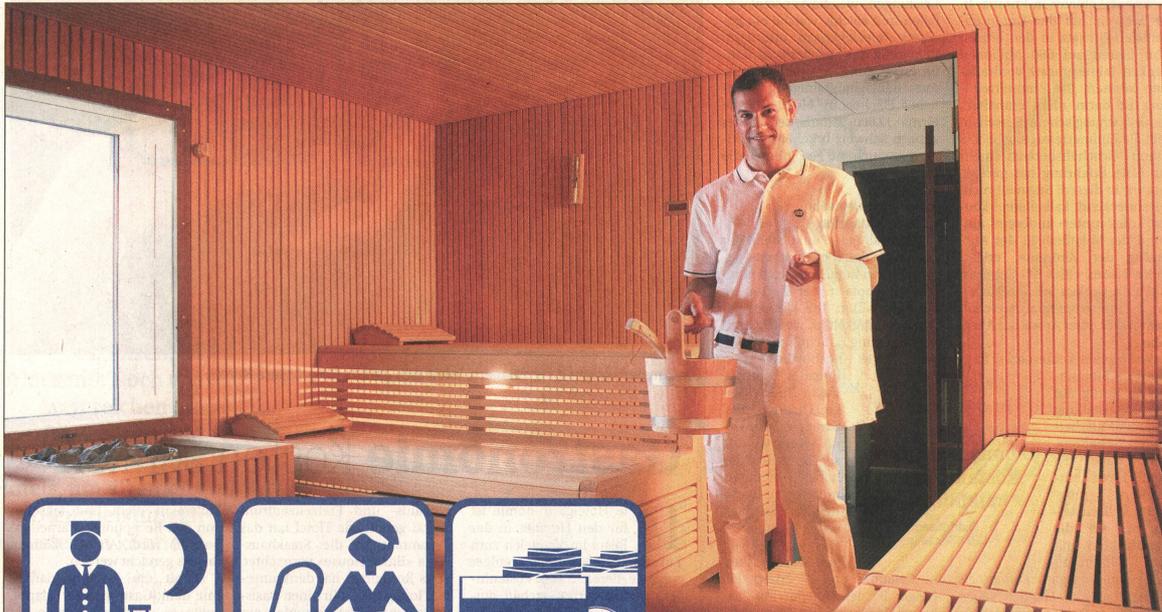
**Schwob**  
textiles of Switzerland

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association

protel



Outsourcen kann ein Hotel fast alles. Was Sinn macht, hängt von den konkreten Umständen ab. Spezialleistungen am ehesten. Andreas Gemperle



## Die eigene Arbeit in fremde Hände legen

Immer mehr hotel-typische Leistungen werden ausgelagert. Jedes zweite Stadthotelbett wird wohl extern gereinigt. Das ist selbst bei einem externen Dienstleister umstritten.

GUDRUN SCHLENCZEK

Das Restaurant managt ein fremder Wirt, die Wäsche wird bei der Zentralwäscherei geleast, das Zimmermädchen kommt vom Reinigungsinstitut und den nächtlichen Kassensturz macht schon längst ein anderer: Immer mehr Hotels lassen typische Hoteldienstleistungen von Service bis Nachtportier von externen Firmen erledigen. Ein Outsourcing-Klassiker ist die Wäsche-

rei; ob dies preiswerter sei, wird schon lang nicht mehr diskutiert, zu viel Fläche benötigt die Lingerie, zu viele Investitionen. Beim Outsourcen des Housekeepings, welches gerade in Städten immer mehr gang und gäbe wird, scheiden sich in Sachen Kostenersparnis allerdings noch die Geister. Dem Trend tut das keinen Abbruch: Schätzungen gehen davon aus, dass 50 Prozent der Stadthotelzimmer inzwischen von Externen gereinigt werden. Dass das Housekeeping zu einer wichtigen Outsourcingleistung avanciert ist, zeigt das Beispiel des neuen Sheraton-Hotels in Zürich. In dem Anfang Jahr eröffneten Betrieb ist sogar ausschliesslich das Housekeeping ausgelagert. Die 197 Zim-



«Beim Umbau ist es gut, den Externen einzubeziehen. Das spart Folgekosten.»

Roland Schiesser  
VR-Präsident Trois Rois Basel

mer und Suiten reinigt die CRS Management und Service AG. Roland Schiesser, der lange Jahre das Luxus-Hotel Trois Rois in Basel führte und heute Verwaltungsratspräsident ist, ist vom Outsourcen so überzeugt, dass er selbst in der Geschäftsleitung eines Reinigungsanbieters sitzt. Die Kernfunktion der Prodoxa Hotelerservice AG ist das Housekeeping. «Die Reinigungs-firma hat das bessere Know-how, sie ist der Spezialist.» Schiesser empfiehlt sogar, die Outsourcing-firma bei einem Umbau von Anfang an mit einzubeziehen: damit entsprechende, leicht zu reinigende Materialien eingesetzt werden. «Das spart Folgekosten.» Das spezialisierte Personal und die profunden Kenntnisse im Be-

reich Reinigung waren neben mehr Flexibilität auch für das neue Sheraton Zürich Hotel der Grund, das Housekeeping in fremde Hände zu legen. «Dank unserem Partner sind wir immer auf dem neusten Stand bezüglich Branchentrends und Reinigungs-trainings», betont Karin Krüger, Executive Housekeeper, die Vorträge. Dass Outsourcen nicht weniger, sondern sogar mehr Qualität bedeuten kann, bestätigt Peter H. Ernst, Direktor des Hotels Seedamm Plaza in Pfäffikon. Beispiel Wäsche: «Die Pflege übernehmen Profis, das macht sich sehr stark in der Qualität bemerkbar.»

Das schwankungsbedingte Risiko beim Aufwand ausgelagert

Schlussendlich geht es aber um mehr Wirtschaftlichkeit. «Ziel ist die beste Dienstleistung zum besten Preis», stellt Peter H. Ernst klar. Dank Reinigungsmitarbeitern, die auf Abruf bereit wären, passt sich der Aufwand der schwankenden Buchungslage an. Aufgrund der immer kurzfristigeren Buchungen in der Schweizer

Hotellerie und den damit verbundenen Schwankungen bei der Belegung wird die Flexibilität zu einem wichtigen Treiber des Outsourcens. Das bestätigt auch Matthias Knecht, Leiter Hotellerie bei der Enzler Reinigungs AG in Schlieren: Bei der Kostenersparnis gehe es primär darum, das Risiko auf den Reinigungsanbieter abzuwälzen. «Die stark schwankende Auslastung benötigt eine exakte Planung. Oft fehlt den Hotels dafür die Zeit.»

Allerdings hat auch das Outsourcingpotenzial seine Grenzen. Das mussten auch anfängliche Outsourcing-Verfechter erkennen. Es lohnt sich, gewisse Kompetenzen weiterhin inhouse zu gewährleisten, dadurch die lau-

fende Qualitätssicherung nicht komplett einem fremden Unternehmen anzuvertrauen und so einen Mitarbeiterstrom im Haus zu behalten, der als Pool für gewisse Springer-Aufgaben zur Verfügung steht. Im «Seedamm Plaza» liess Peter H. Ernst zu Beginn das komplette Facility Management auslagern. Nun kümmern sich wieder hoteleigene Mitarbeiter um Dinge wie Haustechnik, Hauswartung oder Bereitstellung der Seminarräume. Gründe für dieses Insourcens waren das Synergiepotenzial und ein besserer Kontakt zu den Kunden. Eine Folge des Insourcens war zudem die Kostenreduktion von 750 000 Franken im Jahr.

Beim Housekeeping die Kontrolle im Haus behalten

Die SV-Group liess im «The Courtyard by Marriott Basel» anfänglich die Zimmerreinigung komplett durch die CRS Management und Service AG managen. CRS ist zwar weiterhin zuständig, kontrolliert aber nur noch ein Drittel der Zimmer. Hoteleigene Mitarbeiter – Etagen-Gouvernanten – wurden für die Kontrolle eines Grossteils der Zimmer angestellt. Auch Hausmeisterarbeiten werden inzwischen wieder intern besorgt, um eine bessere Abstimmung mit dem Betriebsablauf sicherzustellen. Im «Seedamm Plaza» hat sich Gastgeber Peter H. Ernst die Qualitätskontrolle ebenfalls wieder ins Haus geholt: Im Housekeeping hatte das Hotel eigene Floor Supervisors, dann wurde eine Kaderposition ausgesourct, die nun wieder intern angestellt ist. Kommunikationsprobleme, Qualitätsschwankungen sowie die Fluktuation waren ausschlaggebend. «Standards und Richtlinien müssen intern geschult und kontrolliert werden», ist Ernst überzeugt.

Je nach Hotelgrösse kann ein Outsourcen sogar teurer sein

Nicht für alle Hotels ist ein Outsourcen des Housekeepings gleich angebracht: Roland Schiesser sieht in der 2- bis 4-Sterne-Hotellerie die für ein Reinigungsunternehmen typische Zielgruppe. Zudem müsse das Hotel eine gewisse Grösse mitbringen. «Ab 50 Zimmern lohnt sich für Prodoxa die Übernahme der Zimmerreinigung.» Denn



«Outsourcen typischer Hotelleistungen rechnet sich nicht immer.»

Stefan Flury  
Mövenpick Hotels

punkto Kosten geht die Rechnung beim Outsourcen nicht in allen Fällen auf. Bei den Sorrell Hotels zeigten Versuche, dass sich ein Outsourcen der Zimmerreinigung für Hotels mittlerer Grösse (45 bis 80 Zimmer) bei einer regelmäßigen Zimmerbelegung von über 70 Prozent nicht rechnet.

Fortsetzung auf Seite 12

www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

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

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

htr hotelrevue

swiss hospitality solutions

Ihr Partner! für Yield- und Revenue Management

Fortsetzung von Seite 11

«Die Kosten waren sogar ein wenig höher», berichtet Marco Fornara, General Manager der Sorell Hotels. «Nebenarbeiten», welche vorher vom eigenen Personal gemacht wurden, mussten plötzlich zusätzlich verrechnet werden. «Eine eigene Zimmerfrau kann flexibler im Betrieb eingesetzt werden.» Dies sei gerade für ein Haus mittlerer Grösse wichtig: Die Personaldecke ist relativ dünn, die Mitarbeitenden müssten departementsübergreifend eingesetzt werden können.

### ISS Schweiz will keine sozial fragwürdigen Arbeitsbedingungen

Stefan Flury, Director of Operations, Mövenpick Hotels, ist überzeugt: «Wir haben bei Mövenpick genug Analysen gemacht: Outsourcen typischer Hotelleistungen rechnet sich nicht immer.» Den Gäste-Shuttle beispielsweise auszulagern könne bis 50 Prozent teurer werden, weiss Flury. Die Hotelgruppe schwört deshalb auf Selbstmachen, mit Ausnahme der Hotelwäsche, des Pflegens der Aussenanlagen und der Reinigung der öffentlichen Bereiche. Grund für Letzteres: Die Reinigung erfolgt nachts. «Personal für Nachtarbeit zu finden, ist sehr schwierig.» Das

Personalproblem erachtet er allgemein fürs Outsourcen als zusätzlichen grossen Antreiber.

ISS ist der grösste Facility-Management-Anbieter in Europa. In der Schweiz hat das Unternehmen den Umsatz in den letzten zehn Jahren auf 660 Millionen Franken Jahresumsatz verdreifachen können; die Zimmerreinigung ist darin nicht enthalten. Gemäss strategischem Entscheid stellt die Zimmerreinigung bei ISS keinen Geschäftsbereich mehr dar. «Die Erfahrung hat gezeigt, dass wir in diesem Segment nicht kostendeckend kalkulieren können, dies unter anderem aufgrund der Volatilität in der Auslastung der Zimmer», erklärt André Nauer, CEO ISS Schweiz. Durch die starken Schwankungen im Zimmerreinigungsgeschäft kommt dies einer Arbeit auf Abruf nahe.

«Wir wollen keine sozial fragwürdigen Situationen in Bezug auf die Anstellung unserer Mitarbeitenden schaffen», betont Nauer. ISS bietet ihren Mitarbeitern möglichst Vollzeitstellen, so sei die Identifikation mit dem Unternehmen auch eine ganz andere, als wenn Mitarbeiter für den vollen Lohn bei verschiedenen Arbeitgebern anheuern müssen. Nauer legt Wert darauf, die Outsourcing-Arbeit mit eigenen Mitarbeitern zu erledigen und nicht mithilfe eines Personalvermitt-

lers. «Im FM-Bereich übernimmt man viel Verantwortung. Das geht nur mit den eigenen Mitarbeitern.» ISS fokussiert deshalb auf Leistungen, welche konstant anfallen und solche, welche ein gewisses Spezialwissen erfordern: Reinigung des Spa-Bereichs, Lüftungsreinigung, Haustechnik, Aussenanlagen, Reinigung öffentlicher Flächen im Hotel. Da die Firma 12000 Mitarbeiter in der ganzen Schweiz beschäftigt, könne man auch die Ferienhotellerie bedienen.

### In den Ferienregionen fehlen die Anbieter

Ein wichtiger Punkt, denn für die Ferienhotellerie stösst das Outsourcen aufgrund des fehlenden Angebots in der Region an Grenzen. «Zum Teil können wir gewisse Tätigkeiten, wie die Zimmerreinigung, nicht auslagern, denn dieses Angebot besteht im Engadin nicht», meint Thierry Geiger, Direktor Hotel Saratz in Pontresina. «Wenn wir diese Dienstleistung haben möchten, müssten wir die Reinigungsfirma selbst gründen...» Das «Saratz» vergibt Wäsche, Public Relations und IT extern. Für Geiger ist der Outsourcing-Peak in der Hotellerie erreicht, zu stark rieche ein Outsourcing nach Standardisierung. «Hoteliere können sich oft nur noch mit Alleinstellungsmerkmalen differenzieren.» Deshalb sollten Hoteliere gerade eher vieles wieder selbst in der Hand nehmen. Insbesondere jene Leistungen, welche für den Gast direkt spürbar sind.

**«In der Zimmerreinigung können wir nicht kostendeckend kalkulieren.»**

André Nauer  
CEO ISS Schweiz



André Nauer,  
CEO ISS Schweiz.



Die Zimmerreinigung auszulagern, lohnt sich gerade für grössere Hotels.

Alain D. Bollat / Pictogramm htr

## Gastronomie Kosten senken

Die Hotelgastronomie ist für den Hoteller in der Regel im Vergleich zum Logement der deutlich weniger rentable Bereich. Das kostenintensive A-la-carte-Geschäft out-sourcen, ist deshalb naheliegender. Insbesondere im urbanen Umfeld, wo für die Hotelgäste Restaurants in der Umgebung ausreichend vorhanden sind. «Das Modell «Restauration out-sources» hat meiner Ansicht nach Zukunft», meint Beat Gerber, Direktor des Best Western Hotel Stüchi in Basel. Das zum

Einkaufs- und Freizeitzentrum Stüchi gehörende Hotel hat das Restaurant an die Steakhaus-Kette «Block House» verpachtet. «Das Restaurant hat dank unserer Hotelgäste dafür einen Basisumsatz auf sicher, besonders am Abend.»

Das Hotel bietet in den eigenen Räumlichkeiten noch selbst Frühstück sowie Seminarlunch und Bankette an - aus der eigenen Küche. «So können wir die Kosten optimieren.» Zusätzlich steht den Gästen eine Bar zur Verfügung, die auch als Aufent-

haltsraum dient und tagsüber von den Réceptionsmitarbeitern bedient wird. Abends können Snacks gereicht werden.

Damit die Zusammenarbeit mit dem Gastpartner klappt, sollte es möglichst wenige gemeinsame Schnittstellen - wie bei der Lagerung oder den Gästetoiletten - haben. Um unnötige Diskussionen zu vermeiden, verdeutlicht Beat Gerber. Zudem sollte der externe Restaurantbetreiber punkto Angebot, Qualität, Dienstleistung und Preis zum Hotel passen. gsg

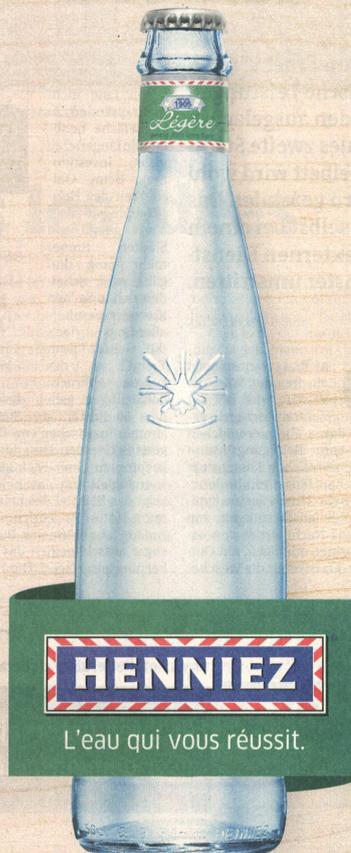
ANZEIGE

**1 MILLION  
FÜR DIE GASTRONOMIE  
ANMELDUNG  
BIS ZUM 9. MAI 2014**

## HENNIEZ LÄDT INS RESTAURANT EIN

Mit der Teilnahme an der Promotion „HENNIEZ lädt ins Restaurant ein“ erhöhen Sie die Bekanntheit Ihres Restaurants und profitieren von zusätzlichen Kunden, die Sie mit den Henniez-Gutscheinen besuchen werden.

Möchten Sie alle Möglichkeiten ausschöpfen, Ihrem Restaurant zum Erfolg zu verhelfen? Dann schreiben Sie sich bei Ihrem HENNIEZ Vertreter ein oder senden ein E-Mail an [info.ch@waters.nestle.com](mailto:info.ch@waters.nestle.com)



**HENNIEZ**

L'eau qui vous réussit.



Das Kerngeschäft zu ergänzen, ist verlockend. Doch wie weit reichen die Ressourcen und Kompetenzen eines Hotels, um «fremde» Dienstleistungen anbieten zu können?

GREGOR WASER



Die Klinik als Hotel oder das Hotel als Klinik – zwei Dienstleistungen, die sich gut ergänzen.

123rf/Manfred Steinbach - Fotomontage htr

# Der Hotelier als «Mediziner»

**G**anze 110 Jahre lang war das Park Hotel Vitznau geschlossen. Nach einer teuren Komplettrenovation beendet nun das 5-Sterne-Hotel am Vierwaldstättersee das erste Betriebsjahr der neuen Ära. «Im Sommer konnten wir eine gute Auslastung verzeichnen, der Winter war erwartungsgemäss schwierig», sagt General Manager Urs Langenegger. Von der Aufrechterhaltung des Ganzjahresbetriebs ist er gleichwohl überzeugt. Mit einem Grund: Dank der Zusammenarbeit mit Cereneo, einem Zentrum für Neurologie und Rehabilitation, werden die 47 Suiten bereits zu 20 Prozent ausgelastet. Cereneo ist eine Schwesterfirma

des Park Hotels und gehört ebenfalls zur Investorengruppe Pühringer. Der Gast checkt zwar im Luxushotel ein, kann aber auf die Therapie der Klinik zählen. Zudem beheimatet das Park Hotel die Vermögensverwaltung der Besitzerfamilie, und es bestehen Pläne, verschiedene Forschungsbereiche inhouse anzusiedeln.

## Patienten aus aller Welt kommen nach Bad Ragaz

Den Reiz von Insourcing, der Eingliederung neuer Funktionen, Prozesse und Dienstleistungen, haben weitere Luxushotels erkannt. Das «Grand Resort Bad Ragaz» verfügt neu über eine Spezialklinik für Gesicht-, Kiefer- und Oralchirurgie. Patienten aus



«Im letzten Jahr konnten wir mit der Sommerakademie 340 Gäste gewinnen.»

Remo Fehlmann  
Seminarhotel Sempachersee

der ganzen Welt sollen sich bei Professor Hermann Sailer behandeln lassen. Am 6. Juni startet «The Alpina Gstaad» mit einem «Mountain-Detox»-Programm, in Zusammenarbeit mit dem Medizinalanbieter Salusmed. Die sechstägigen Behandlungen umfassen Messungen, Analysen, Ernährungsprogramme – und die Übernachtung in einem der Deluxe-Zimmer. Und auch das Resort Collina d'Oro oberhalb Lugano, das vor einem Jahr die Türen geöffnet hat, setzt auf Insourcing: Seit Februar sorgt der französische Phytotherapeut Alain Mességué mit seiner Pflanzen- und Kräuterheilkunde für das Gleichgewicht der Hotelgäste und, so die Hoffnungen der Hotelbetreiber, für zusätzlichen Umsatz und die Steigerung der Belegungsrate.



Ein vielversprechendes Konzept: medizinische Betreuung im Hotelzimmer nach der Behandlung in der Hotel-Klinik. Alain D. Bollat



## Nachgefragt Sven Häberlin

Geschäftsführer  
Tourismus Consult

**Sven Häberlin, ist Insourcing ein neues Allerweltsmittel, um in der Hotellerie die Umsatzzahlen mit neuen Dienstleistungen und Angeboten zu steigern?**

Der Trend geht eher in die andere Richtung. Die Welt wird immer komplexer und schnellleibiger. Für einen Hotelier ist der Aufwand zu gross, sich alles beizubringen und überall auf dem Laufenden zu bleiben. In erster Linie gilt also immer noch der Grundsatz, sich auf die eigenen Kompetenzen zu konzentrieren.

**Es gibt aber Beispiele, die klar aufzeigen, dass Insourcing funktioniert.**

Ja, wenn Kompetenzen im Haus sind, kann es durchaus Sinn machen, Dienstleistungen extern anzubieten oder für andere Betriebe Aufgaben zu übernehmen – zum Beispiel, wenn in der Marketingabteilung ein guter Texter sitzt oder in der IT-Abteilung die Ressourcen nicht vollständig ausgeschöpft sind.

**Sind IT-Dienstleistungen nicht eher Aufgaben, für die man auf externe Spezialisten angewiesen ist? Also Outsourcing statt Insourcing?**

Da muss man differenzieren. Google beispielsweise passt seine Produkte fast wöchentlich an. Für einen Hotelier ist es nicht einfach, in diesem Bereich up to date zu bleiben und alles selber zu machen. Hingegen sollte die Betreuung von Social-Media-Beiträgen wenn immer möglich intern erfolgen.

**Schweizer Luxushotels setzen auf Medical Wellness. Wie gross sind die Erfolgchancen?**

Auch da gibt es kein Patentrezept. Eine Abteilung für Gesichtschirurgie dürfte wohl nicht ganz günstig sein, die gilt es erst einmal auszulasten. Auf der Basis einer Kooperation kann ich mir aber schon vorstellen, dass das Modell eines Medical-Care-Bereichs in einem Hotel Gäste anspricht, die man sonst kaum erreichen würde. gw

**Das Seminarhotel bietet nicht nur Räume, sondern auch Inhalte an**

Das Kerngeschäft ausgeweitet hat auch Remo Fehlmann, der Direktor des Seminarhotels Sempachersee, mit seiner Sommerakademie. Statt lediglich Hotelzimmer und Meeting-Infrastruktur zu vermieten, bietet das Seminarhotel seit 2011 auch Inhalte an. «Die Idee ist entstanden, weil wir in den ersten beiden August-Wochen stets eine Flaute verzeichneten. Gleichzeitig stellten wir im Gespräch mit Führungskräften, Trainern und Seminarleitern fest, dass sie Weiterbildungs-terminen im Sommer schätzen würden.» Daraufhin sei in Zusammenarbeit mit Partnern wie der Hochschule Luzern, der Lernwerkstatt Olten und der Fachhochschule Nordwestschweiz das Konzept entstanden. «Letztes Jahr konnten wir mit der Sommerakademie 340 Gäste gewinnen, in diesem Sommer dürften es über 500 sein», weiss Fehlmann.

Dass Insourcing auch Kernbereiche eines Hotel tangieren kann,

zeigen Beispiele aus Deutschland und Spanien. Das Marriott Leipzig zählte bis 2012, wie in der deutschen Hotellerie üblich, auf Reinigungspersonal einer externen Firma. Dann folgte der Systemwechsel und die 27 Housekeeping-Mitarbeitenden wurden eingestellt. Gemäss Hoteldirektor Thomas Reinhardt mit der Folge, dass die Mitarbeitenden deutlich motivierter seien und die Arbeit sorgfältiger ausfalle. Zudem sei die Einsatzplanung flexibler und unkomplizierter.

**5000 Besucher besammeln sich rund um die Hotel-Poolanlage**

Ein Insourcing der spektakulären Art hat ein Mittelklassehotel der Palladium-Hotelgruppe an der Playa d'en Bossa in Ibiza hinter sich. Der Erfolg des benachbarten Beachclubs Ushuaia bewog das Hotel, mit dem Club zusammenzuspannen und diesen zu integrieren. Nach einem Umbau 2011 führt das neu benannte Ushuaia Beach Hotel rund um die Poolanlage von Juni bis September nun täglich Daypartys durch.

Von 17 Uhr bis Mitternacht legen die weltbesten DJs auf, von David Guetta bis Avicii: mit der Folge, dass täglich 3000 bis 5000 Besucher 40 Euro Eintritt zahlen und rund um die Poolanlage strömen. Für Gäste des Hotels ist der Zugang zur Party inklusive, was dem Hotel wiederum eine hohe Auslastung beschert.

ANZEIGE

**EuroTime** immer einen Schritt voraus

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zellerfassung

www.swit-ag.ch

# Den Verkauf Externen anvertrauen



Der Zimmerpreis, den das Hotel dem Gast direkt bietet, sollte der attraktivste sein.

123RF/htr

Sales in fremde Hände legen? Das Wachstum spezifischer Firmen spricht dafür. Die Erfahrung einzelner Hoteliers dagegen.

GUDRUN SCHLENZKE

Der Verkauf von Betten ist des Hoteliers Kerngeschäft. Aber auch dieses macht vor einem Outsourcing nicht halt. Zunehmend. Das Wachstum der Firma «Hotelpartner Yield Management», die eine Filiale nach der anderen eröffnet, zeugt von dem

Trend. Hotelpartner Yield Management kümmert sich ums Online-Geschäft der Hoteliers und

yieldet die Preise alle sieben Minuten neu. Im Durchschnitt ermögliche Hotelpartner ihren Kunden einen Zuwachs im Online-Geschäft von 70 Prozent, so Rainer Willa, Deputy CEO von Hotelpartner. Alle anderen Verkaufskanäle des Hotels müssen auf den Online-Preis abgestimmt werden. Soll der Direktverkaufspreis an der Réception 5 Prozent tiefer liegen, so erhalten die Réceptionisten zwei Preise: den Online- und einen tieferen Preis. Dass der Gast beim Hotel den tiefsten Preis bekommt, ist Philosophie: «Wir wollen den Direktverkauf stärken», betont Rainer Willa von Hotelpartner. Hotelpartner wächst nicht nur mit Einzelhotels, sondern inzwischen auch mit ganzen Hotelketten, dies vorerst im Ausland. «Wenn eine Hotelkette mit 60 Häusern bis anhin mit 20 Revenue-Managern den Sales machte, brauchen wir dafür drei Personen», verdeutlicht Willa das Sparpotenzial.

Dass das Pricing für einen Hotelier trotzdem eine sensible Sache bleibt, das weiss man auch bei Hotelpartner: «Es ist eine Vertrauensfrage, ob ein Hotelier den Sales in fremde Hände gibt», meint Willa. SHS Sorge dann vor allem dafür, dass der Betrieb in Sachen Angebotsdynamik, Distributionstechnologie und Online Sales am Ball bleibt. «Wir vermitteln dem Betrieb das nötige Know-how», erklärt Gianluca Marongiu, und: «Wir schreiben dem Hotelier keine Preise vor, diese setzt er weiterhin selbst fest», betont der Revenue Consultant. «Wir sind der Meinung, dass ein Outsourcing des Pricings sehr gefährlich ist.» Mit einer Ausnahme: Für ein sehr kleines Hotel, wenn die Personaldecke dünn und keine Zeit vorhanden ist, neue Gäste zu generieren und der Fokus eher auf der Restauration liegt, dann könne ein Outsourcing des Revenue Managements allenfalls Sinn machen.

## Aufwendiges MICE-Geschäft lässt sich über Partner verkaufen

Erst für Hotels ab 100 Zimmern erachtet Oliver Stoldt, Inhaber von Swiss Sales Conferences, die Einstellung eines Sales Managers als sinnvoll. «Für einen Betrieb

mit weniger als 100 Zimmern ist ein Sales Manager zu teuer.» Insbesondere dann, wenn es sich um ein Haus handle, das sich sowohl im MICE- als auch im Leisure-Segment positioniere und damit schon fast zwei Sales-Personen benötige. Ein solcher Betrieb sei denn auch der typische Kunde seiner Firma, die für Unternehmen Kongress- und Seminaraufenthalte



«Das Feingefühl für die örtlichen Begebenheiten bietet ein Externer nicht.»

Alessandro Pedrazzetti  
Continental-Park Luzern

vermittelt. 30 Hotelpartner bedient SSC in der ganzen Schweiz. Mehr sollen es nicht werden. «Sonst kommt es zu einer Konkurrenzsituation unter den Partnerbetrieben», begründet Stoldt die Limite.

Die Vorteile für die Hotelkunden liegen für Stoldt auf der Hand: Veranstalter wollten nicht immer ins gleiche Hotel, SSC bietet Seminarräumlichkeiten in der ganzen Schweiz, jedes Hotel käme dann entsprechend mal zum Zuge. Eine Schwierigkeit beim Verkauf direkt durchs Hotel sieht er auch in den häufigen Wechsels im Sales Management und der damit fehlenden Kontinuität in der Kundenbetreuung.

Wie effektiv ein externer Verkauf im MICE sein kann, belegt Stoldt mit Zahlen: 74 Prozent der Buchungsanfragen seitens Firmen würden bei ihm auch eingelöst. An der Nachfrage nach seinen Vermittlungsdiensten fehle es nicht, betont Stoldt. «Springt ein Hotelier ab, steht schon ein neuer Interessent bereit.» Die SSC-Kommission von 8 bis 10 Prozent des erzielten MICE-Umsatzes will Stoldt trotzdem nicht erhöhen: «Ich war selber Hotelier.» Aber auch für Stoldt ist MICE-Sales ein hartes Geschäft: «Wir können unsere Kosten gerade decken.»

## Sales wieder ingesourct

Das nötige Vertrauen hatte Alessandro Pedrazzetti, Hotelier des «Continental-Park», Luzern, im letzten Jahr nicht mehr. Pedrazzetti soll kein Einzelfall sein. Im Herbst kündigte er den Vertrag mit Hotelpartner, mit denen er einige Jahre zusammenarbeitete. Er hat zum einen die erwartete Steigerung beim RevPAR vermisst. Zum anderen seien die Zimmerpreise, wenn sie hätten anziehen können, gleich geblieben. Bereits Anfang letzten Jahres habe er angefangen, die Preise von Hotelpartner «selbst zu überschreiben», mit entsprechendem Erfolg. Das System würde nicht alle relevanten Faktoren einbeziehen, bemängelt Pedrazzetti: Bei gleicher Auslastung der Luzerner Hotels könnte je nach Saison ein ganz anderer Preis nötig sein, dieses Feingefühl für die örtlichen Begebenheiten könne ein Externer nicht bieten. «Ich kann mein Pricing nicht in eine fremde Hand in einer fremden Stadt geben», so der Hotelier. Da er dann beim Pricing doch noch selbst mitwirkte, wurde ihm das Ganze zusammen mit der Kommission von Hotelpartner schlussendlich zu teuer.

## Outsourcen beim Sales: Strategie ja, Verkauf nein

Weil der Preis ein so delikates Thema für den Hotelier ist, beschränkt sich die SHS Swiss Hospitality Solutions AG bewusst auf die strategische Beratung. Diese kann in eine dauerhafte Betreu-

## EINFACH knuspriger & RENTABLER!

Das SUPER-COUNTRY Frites ist das Neue aus der SUPER-CRISP Linie. Dieses traditionelle Pommes Frites sieht dank Schale und dem 12x12 mm Schnitt aus wie selbstgemacht. Dank SUPER-CRISP Technologie von KADI nicht nur knuspriger und rentabler, sondern bleibt auch länger warm.

Traditionell & knusprig



**KADI**  
Swiss Premium Quality

Seit 1951 steht KADI als innovativer Partner von Kühl- und Tiefkühlprodukten im Dienst der Schweizer Köche. Besuchen Sie uns auf [www.kadi.ch](http://www.kadi.ch). Wir haben die passende Beilage für Sie im Angebot!



Am 1. April öffnet das Demenz-Zentrum Schönberg seine Türen. Träger sind sowohl die lokale Spitex als auch eine Berner Heimgruppe, Partner sind Universitäten aus dem In- und Ausland.

# Der flexible Heimeintritt

**Beim neuen Zentrum Schönberg in Bern soll der Übertritt ins Heim kein endgültiger, die Zusammenarbeit mit der ambulanten Pflege nahtlos sein. Das Heim eröffnet am 1. April.**

GDURIN SCHLENCEK

In 25 Jahren bereits soll jeder fünfte Bewohner der Schweiz über 80 Jahre alt sein – und sich damit tendenziell in einem pflegebedürftigen Alter befinden. In der Regel wird zu Beginn die Pflege durch einen externen Leistungserbringer wie Spitex abgedeckt. Steigt der Bedarf an Pflegeleistungen an, ist die Pflege zu Hause ab einem gewissen Punkt nur noch schwer zu bewerkstelligen und zu kostenintensiv. Dann drängt sich ein Wechsel in eine Institution auf. Dieser Schritt eines alten Menschen ins Alters- und Pflegeheim ist heute häufig ein definitiver: Wer einmal einen Heimplatz belegt, kehrt in aller Regel nicht mehr in seine eigenen vier Wände zurück.

Der Übertritt ins Heim ist für die Betroffenen meist mit grossen Änderungen verbunden: Die Umgebung ist neu, das soziale Umfeld auch. Ein Wechsel, den ältere Menschen und insbesondere Menschen mit Demenz nicht

mehr so leicht hinnehmen und der sie zusätzlich verwirren kann. Genau hier setzt das Konzept des neuen Kompetenzzentrums für Demenz und palliative Pflege in Bern an. Die Zentrum Schönberg AG wird zur Hälfte von der Stiftung Tilia, zu der vier Pflegeheime in Bern gehören, und zur Hälfte von der Spitex Bern getragen. «Wir wollen mit unserem Zentrum bereits im ambulanten Bereich ansetzen», beschreibt der Geschäftsführer der Zentrum Schönberg AG, Luca Lo Faso, die strategische Ausrichtung des Gemeinschaftsprojekts von Spitex und Tilia.

## Biografiewissen der Spitex bleibt verfügbar

Die Durchlässigkeit von ambulanter und stationärer Pflege soll Betreuungskontinuität für den Betroffenen und seine Angehörigen sicherstellen. Zum einen, indem die gleichen Fachmitarbeiter sowohl im ambulanten als auch im teilstationären Bereich tätig sind. Zum anderen soll sogenannte Care-Manager eine zentrale Funktion dabei zukommen: Sie stellen die Bezugspersonen für die Angehörigen und die Betroffenen dar, sie dokumentieren Biografie und Pflegefallverlauf, sie sind der erste und der letzte Kontakt zum Klienten. Sie stellen damit auch die Kontinuität in Bezug auf das Wissen zum Pflegebedürftigen sicher. «Heute geht das bei der ambulanten Betreuung erworbene Wissen über den Betagten oft verloren, ein Heim muss dieses wieder mühsam aufbauen», verdeutlicht Luca Lo Faso. Gerade bei demenziell Erkrankten sei das Biografiewissen – auch die Ess-



**«Die stationäre Abdeckung wie heute lässt sich nicht aufrecht-erhalten.»**

Luca Lo Faso  
Zentrum Schönberg AG

biografie – sehr wichtig, vieles lasse sich für den Umgang mit dem Menschen mit Demenz nur noch darüber erschliessen.

Die Kontinuität bei der Betreuung soll zudem eine Flexibilität bei der Wahl des Pflegeortes ermöglichen. Wer aufgrund eines akuten Pflegebedürfnisses ins Heim eingewiesen wird, soll, bei entsprechender Regeneration, auch wieder in die eigenen vier Wände zurückkehren können. Damit wolle man die heute implizit geltende Formel «einmal Heim, immer Heim» durchbrechen.

Den Bewohnern käme diese Durchlässigkeit zwischen Spitex und Pflegeheim nur entgegen. «Die meisten wollen am liebsten so lange wie möglich in den eigenen vier Wänden bleiben.» Zudem würde man so dem Heimeintritt seine Endgültigkeit nehmen. Diese Flexibilität ist auch versorgungspolitisch nötig. Mit Blick auf die demografische Entwicklung

meint Luca Lo Faso: «Die stationäre Abdeckung wie heute lässt sich mit Blick auf die demografische Entwicklung nicht aufrecht-erhalten.»

## Das neue Kompetenzzentrum ist auch ein Forschungszentrum

Nahtstelle wird das neue Zentrum in Bern nicht nur zwischen ambulanter und stationärer Pflege sein, sondern auch zwischen Forschung und Praxis. Damit betritt das Zentrum Schönberg weiteres Neuland im Langzeitpflegebereich: Mit der direkten Integration der Forschung in den Heimbetrieb folgt die neue Berner Institution dem Beispiel der Universitätsspitaler, bei denen Forschung, wie der Name bereits impliziert, genauso wie die Versorgung zum Auftrag gehört. «Im Zentrum Schönberg sollen wissenschaftliche Erkenntnisse gesammelt und direkt erprobt werden», erklärt Luca Lo Faso das

Modell. Dafür hat man eigens eine Stelle Leitung Wissenschaftszentrum besetzt. Vernetzen will sich das Zentrum mit verschiedenen Universitäten und Fachhochschulen der Schweiz und des Auslands, sowohl wissenschaftliche Forscher als auch Studenten sollen Studien respektive Masterarbeiten am Zentrum Schönberg realisieren können.

Damit Forschung überhaupt betrieben werden kann, müssen die Bewohner bei Heimeintritt ihr Einverständnis geben. Die Bewohnerdaten würden anonymisiert verwendet werden, die ethischen Auflagen in der Forschung gerade im Gesundheitswesen seien äusserst streng, so Luca Lo Faso. Noch stehen die Forschungsschwerpunkte nicht abschliessend fest – dass Demenz und palliative Versorgung eine wichtige Rolle spielen werden, ist von der Ausrichtung des Zentrums her bereits gegeben.

## Kalte Linie ermöglicht variable Essenszeit

Am 1. April öffnet das Zentrum Schönberg seine Türen: 166 Betten stehen zur Verfügung, wovon 120 Betten die ersten Jahre von der Trägerstiftung Tilia aufgrund diverser Umbauten für die Entlastung der eigenen Heime genutzt werden. Mit den verbleibenden 46 Betten sollen primär demenziell erkrankte Menschen angesprochen werden, so wie auf lange Sicht auch mit der ganzen Institution. Der Grund ist der grosse und stei-

gende Bedarf an Kompetenz im Bereich Demenzpflege. In den Häusern der Tilia-Stiftung diagnostiziert man bereits heute bei der Mehrzahl der Bewohner irgendeine Form von Demenz.

Die 46 Betten befinden sich vornehmlich im Attikageschoss. Dort steht demenziell Erkrankten mit der 250 Meter langen Dachterrasse ausreichend Raum für den für die Krankheit typischen Bewegungsdrang zur Verfügung. Gekocht wird im Haus selbst, im

Untergeschoss, im Cook & Chill-Verfahren. Die weiten Wege, die gewünschte Flexibilität in der Küche aber auch die Flexibilität auf der Station bewegte die Entscheidungsträger zur kalten Linie: So kann das Personal auf der Station die Essenszeit besser selber einteilen. In einem ersten Schritt kümmert sich die Pflege um die Essensversorgung auf der Station, mittelfristig wird man dafür Hotelleriepersonal hinzuziehen. Jede Wohngruppe verfügt

über eine voll ausgestattete Küche, sodass Komponenten oder Backwaren im Sinne einer Aktivierungstherapie zusammen mit den Bewohnern wahlweise selbst zubereitet werden können.

Als Schnittstelle zur lokalen Umgebung und Treffpunkt für Mitarbeitende, Forscher, Angehörige und Bewohner fungiert das öffentliche Restaurant Belmont, welches mit Freeflow und Frontcooking eine unkomplizierte Atmosphäre verspricht. gsg

## impresum

### htr hotelrevue

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

#### Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse  
Montbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

#### Redaktion

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

#### Ressortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst

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

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

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

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

#### htr Online

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

#### Verlag

Leitung: Barbara König;  
Assistent: Alain Hänni.  
Stellensinerte: Angela di Renzo Costa  
Praktikum: Arbresha Veljiv/v  
Geschäftsanzügen: 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

Montbijoustrasse 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.

# Talente für die Hotellerie



## Machen Sie Karriere in der Hotelbranche

Informationen zur Berufs- und Weiterbildung  
in der Hotellerie finden Sie unter  
[www.hotelleriesuisse.ch/bildung](http://www.hotelleriesuisse.ch/bildung)



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

**hotelleriesuisse**   
Swiss Hotel Association

# Daniel Duerr ist der beste Kochlernende

Auf Daniel Duerr, Sieger des Lehrlingskochwettbewerbs «Gusto 14», wartet schon die nächste Herausforderung: Er reist an die erste internationale Ausgabe in Paris.

SABRINA GLANZMANN

Er wolle die Titelverteidigung für die Rehaklinik Bellikon – was Daniel Duerr als Motivation für die Teilnahme am Lehrlingskochwettbewerb «Gusto 14» im Vorfeld angebeht hat, hat funktioniert: Am Finalkochen in der Schulküche der Berufsbildung Baden letzte Woche konnte er überzeugen und ist nach Thomas Habegger der zweite Belliker Lernende in Folge, der als Sieger aus dem Wettbewerb hervorgeht. Zum nunmehr zehnten Mal fand der nationale Wettbewerb für Kochlernende im zweiten und dritten Lehrjahr statt; organisiert wird «Gusto» von Prodega/Growa/Howeg, Transgourmet Schweiz AG, unter dem Patronat des Schweizer Kochverbandes.

«Ich freue mich riesig», sagt Daniel Duerr zu seinem Sieg, «und natürlich ist das Ganze eine sehr gute Vorbereitung für meine Lehrabschlussprüfung nächstes Jahr.» Für ihn sei am eindrücklichsten gewesen, wie er sich nach jedem Training in den vergangenen Wochen verbessern konnte. «Dieses Training, in dem wir genaues, sorgfältiges, strukturiertes und besonnenes Arbeiten geübt haben, hat wie letztes Jahr



Sieger-Hauptgericht: Entenroulade mit getrockneten Früchten, Entenröllchen an Orangen-Kardamomsauce, Sushi-Triangel, frisches Wok-Gemüse.



Sieger-Dessert: Warmes Kokos-Rosinen-Kissen und Zitronengras-Ingwer-Sauce, Birnenmousse aus Macadamianuss-Biskuit, Chal-Tea-Creme.

## Fakten Die Finalisten am «Gusto 14»

Nach Sieger Daniel Duerr erreichten **Lina de Simoni** (Seerestaurant Belvédère, Hergiswil) den zweiten und **Matthias Fehr** (Altersbetreuung Vechigen, Worbl) den dritten Platz beim «Gusto 14».

Die übrigen Finalteilnehmer sind wie beim «Gusto» üblich alle auf dem vierten Platz klassiert. Es sind dies: **Angelo Croce** (Brasserie Lipp, Genf), **Manuel Engel** (Grand Hotel National, Luzern), **Silvana Lodi** (Congress Hotel Seepark, Thun), **Ivo Magistretti** (Inselspital Bern), **Gilles Meyer** (Grand Hotel Victoria-Jungfrau & Spa, Interlaken) und **Melanie Rufer** (Residenz au Lac, Biel).

[www.gusto14.ch](http://www.gusto14.ch)

schon Thomas jetzt auch Daniel während des Finals geholfen. Es ist toll, so gute Lernende zu haben, die sehr viel Liebe zum Beruf zeigen», sagt ein stolzer Lehrmeister und Rehaklinik-Küchenchef René Frei, selbst mehrfach ausgezeichnete Kochwelt- und Kocholympiameister.

Die neun Finalisten (siehe Box links), ausgewählt aus insgesamt 70 Bewerbern, hatten drei Stunden Zeit für die Zubereitung eines Hauptgangs und eines Desserts zum Thema «Harmonie Asien-Europa». Beim Hauptgericht musste Mastente als zentrale Komponente mit je einer trockenen und einer feuchten Garmethode verarbeitet werden. Das Dessert sollte eine kalte und eine warme Komponente beinhalten; dafür mussten die Jungköche die Zutaten Tee, Ingwer, Nüsse und Birnen verwenden. Eine erste Fachjury beurteilte die Arbeit in der Küche, die zweite degustierte die fertigen Tellergerichte anonymisiert in einem separaten Raum.



Gewinner Daniel Duerr beim «Gusto-14»-Wettkochen. Bilder zvg

Daniel Duerr kommt als Gewinner der diesjährigen Jubiläumsausgabe eine besondere Ehre zuteil: So reist er nicht nur für ein zweiwöchiges Stage in die Kempinski Hotels nach Peking, sondern vertritt die Schweiz auch beim Kochwettbewerb «Les Chefs en Or» im November an der Fachmesse Equip'Hôtel in Paris. Gegründet und durchgeführt wird er von der europaweit tätigen Transgourmet-Gruppe. Leiter Marketing bei Prodega/Growa/Howeg, Transgourmet Schweiz AG werden Deutschland, Frankreich, Polen, Rumänien, Russland und die Schweiz daran teil-

nehmen. Je ein Profikoch und ein Lernender oder höchstens 21-jähriger Jungkoch treten pro Land an; «der Schweizer Profikoch steht zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht fest», sagt Perraudin. Die Lernenden müssen ein Rezeptvorschlag für acht Personen einreichen und Themen-Produkte mit festgelegter Kostengrenze berücksichtigen. «Für die Lernenden ist das eine einmalige internationale Plattform, bisher war «Les Chefs en Or» nur für französische Teilnehmer offen», sagt Perraudin weiter. Die Vorbereitung von Daniel Duerr für Paris werde nun mit ihm und Lehrmeister René Frei besprochen.

## Wettbewerb

### Ausschreibung für die Swiss Bar Awards 2014 läuft

Zum zwölften Mal vergibt das Schweizer Fachmagazin «Bar News» dieses Jahr die «Swiss Bar Awards». Die Preise im Gesamtwert von 30 000 Franken werden in den Kategorien «Barkeeper of the Year», «Best Newcomer Bar», «Best Longseller Bar» und «Best Bar Menu» vergeben. Ab sofort bis zum 20. Mai 2014 können sich Barkeeper, Bars, Lounges und Clubs anmelden. Die diesjährige Award-Night findet am 21. September 2014 im X-Tra Club in Zürich statt.

[www.swissbarawards.ch](http://www.swissbarawards.ch)

## Kultur

### Thomas Hürlimann schreibt für die Freilichtspiele '15



zvg

Mit Thomas Hürlimann wird einer der bedeutendsten Autoren im deutschsprachigen Raum das Drehbuch für die Freilichtspiele Luzern im Sommer 2015 schreiben: Aus Anlass des Tourismusjubiläums «200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz» verfasst der in Berlin wohnhafte, gebürtige Zuger ein Stück über den Bergbahnpionier und Hotelkönig Franz Josef Bucher-Durrer. Die Freilichtspiele finden alle zwei Jahre auf Tribünen bei Luzern statt.

## Schwyzter Kulturwochenende mit Bustouren

Vom 11. bis zum 13. April 2014 findet im Kanton Schwyz zum dritten Mal ein spezielles Kulturwochenende statt. In 33 Gemeinden stehen rund 130 Veranstaltungen auf dem Programm. Mit drei geführten Bustouren («KulTour») sollen laut den Organisatoren zudem «die Grenzen zwischen den Gemeinden und die Grenze zwischen dem inneren und äusseren Kantonsteil überwunden werden». Organisiert werden die Events von lokalen Veranstaltern. Festival-Initiativ ist der kantonale Kulturverein «Schwyz Kultur Plus».

[www.kultur-wochenende.ch](http://www.kultur-wochenende.ch)

## Genuss

### Highland Park mit dritter Edition der Valhalla Collection



Highland Park

Nach «Thor» und «Loki» lanciert die schottische Destillerie Highland Park den dritten von vier Whiskys aus der Valhalla Collection: «Freyja». Dieser Whisky, wie die Vorgänger inspiriert von der altmodischen Mythologie, verbindet Aromen von weisser Schokolade mit tropischen Früchten. Der 15 Jahre alte Single Malt mit 51,2% Volumen ist schweizweit auf 1116 Flaschen limitiert und ab April im Schweizer Fachhandel erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 250 Franken. sag

Restaurants können, wie die Menschen in unserem Leben, in zwei Kategorien eingeteilt werden. In der einen sind diejenigen, die man liebt und respektiert. Und in der anderen sind diejenigen, die einem dauerhaft erhalten bleiben, die man aber, ehrlich gesagt, nicht wirklich mag.

In einer idealen Welt würden wir uns nur mit wundervollen Menschen umgeben und in wundervollen Restaurants essen. Leider lässt es die Natur des Menschen nicht zu, dass wir diese Utopie erreichen. Weil wir, trotz aller negativen Erfahrungen, fest am Konzept Annehmlichkeit – «Convenience» – kleben.

«Convenience» ist ein Wort, das nie auf Essen bezogen werden sollte. «Convenience» ist verantwortlich für solch kulinarische Übel wie «Pop Tarts» (seien Sie froh, wenn Sie noch nie eine aus einem amerikanischen Toaster haben fliegen sehen). «Convenience» ist verantwortlich für Plastikbesteck, UHT-Milch, Currys, die man im Plastik-sack kochen kann, und jene geschälten Miniatur-Karotten, die wie winzige, amputierte Finger aussehen, und die man in ihrer grässlichen, perforierten durchsichtigen Verpackung in der Mikrowelle zubereiten kann.

Es gibt immer eine Entschuldigung für den Besuch eines mittelmässigen Restaurants. Am Tag danach hasst man

## 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.

## Gute Vorsätze – bis zum nächsten Regen

sich zwar. Aber wenn es in Strömen regnet, nichts im Kühlschrank ist, man am nächsten Tag früh aufstehen muss und man weder per ÖV aus andere Ende der Stadt fahren, noch einen Fahrer bestimmen will, der dann den ganzen Abend missmutig über sein Wasserglas hinweg zuseht, wie sich alle anderen betrinken und vor dem Dessert zu gähnen und mit dem Autoschlüssel zu spielen beginnt – also an so einem Abend scheint es Sinn zu machen, ein paar Schritte von der Wohnung weg zu gehen und wieder einmal mittelmässige Spaghetti Carbonara im mittelmässigen italienischen Restaurant zu essen. Man spart dabei sogar Zeit! Und man kennt die Speisekarte so gut, dass man sie gar nicht mehr zu lesen braucht.

Es gibt mehrere unterdurchschnittliche Esslokale in meiner Nachbarschaft in Berlin, die ich – aus Faulheit oder «Convenience» – mehr als nötig besuche. Ich kenne ihre Fehler inzwischen so gut, dass ich ihnen Übernahmen gegeben habe, wie man das mit unbeliebten Kollegen tut. Es gibt den «Langsamen Franzosen» (dreissig Minuten für ein Getränk, gute sechzig für ein Essen), den «Schlecht gelaunten Italiener», den «kaum verwesenen Thailänder», die «zufällig geschlossene Tapasbar» und die «Gummi-Pizzeria».

Letzte Woche plante ich, mit einer Freundin ein neues asiatisches Restaurant im Westen von Berlin auszuprobieren.

Gerade als wir starteten, begann es zu regnen. Meine Freundin musste am folgenden Tag früh aufstehen. Und ich hatte am Tag zuvor nicht nur einen Knöchel verstaucht sondern beide. «Sollten wir nicht einfach...?», schlug meine Freundin vor. Wir gingen natürlich in den «Langsamen Franzosen». Das passte zu meinem Schneckentempo, in dem ich mich fortbewege. Ich versuchte, mein schlechtes Gewissen mit der Begründung zu besänftigen, dass auch nur ein paar Schritte ein langer Weg sind, wenn man mit beiden Beinen hinkt.

Nach den erwarteten fünfzehn Minuten Nichtbeachtung ging meine Freundin Speisekarten suchen. Im Raum, durch den sie gegangen war, sah ich eine Bewegung. Etwas rannte zwischen der Bar und den Tischen umher, und zwar viel schneller als ein durchschnittlicher Kellner. Bevor jemand «Nagetier» sagen konnte, war ich schon zwanzig Meter die Strasse hinauf gerannt. Wer kümmert sich um ein oder zwei verstauchte Füsse, angesichts von Schnauzhaaren und eines Schwanzes? Es wird sich weisen, ob das genügt, um mich eines Besseren zu belehren. Ob ich wohl gastronomische Mittelmässigkeit künftig meiden werde? Oder werde ich vergeben und vergessen, das Lokal in «Die kleine Ratt» umbenennen und es beim nächsten Regen wieder aufsuchen...

Deutsch von Renate Dubach.  
Das englische Original auf [www.htr.ch/sarah](http://www.htr.ch/sarah)

# Neues Budget-Schlafen in Wien

**Blick ins Ausland** Im April eröffnet die Hotelgruppe Ruby ihr erstes Haus in Wien. Mit «Lean Luxury» will sie mit Design, einer hochwertigen Zimmerausstattung und günstigen Preisen punkten.

NATHALIE KOPSA

Mit der Eröffnung des Ruby Sofie Hotel mit 77 Zimmern feiert in Wien eine brandneue Marke Premiere, die Bewegung in das träge Segment der mittelständischen Hotellerie bringen soll: Ruby Hotels. Gründer ist der Münchner Hotel-Unternehmer Michael Struck, der bereits einige Erfahrung in der Entwicklung neuer Hotelmarken hat. So baute er Kameha, Gold Inn und Dormero auf und war als Geschäftsführer bei der Münchner Schörghuber Unternehmensgruppe verantwortlich für die Hotelentwicklung, die Immobilien und touristischen Geschäfte der Hoteldivision (Arabella und Arabella Starwood Hotels).

Unter dem Slogan «Lean Luxury» (lean: englisch für schlank, dünn) will Struck mit Ruby das Budget-Hotel-Prinzip neu definieren: «Wir sehen unser Konzept als eine Weiterentwicklung von Budget-Design. Unsere Zielgruppe sind kosten- und stilbewusste Gäste, denen die Hotels im Budget-Segment von der Ausstattung her bislang nicht hochwertig genug waren. Wir bieten ihnen eine hochwertigere Zimmerausstattung, ein anspruchsvolleres De-



«Wir bieten 5-Sterne-Zimmer auf 2-Sterne-Flächen zu 3-Sterne-Preisen.»

Michael Struck  
Gründer und CEO Ruby Hotels

sign und eine zentrale Lage, bleiben aber immer noch bezahlbar.» Das Ruby Sofie Hotel ist Teil eines 2001 von einem Brand zerstörten historischen Gebäudes im Zentrum von Wien, das zuletzt von der österreichischen Immobilien-gruppe Soravia Group umfassend restauriert wurde. Auf einer Nutzfläche von 12 000 Quadratmetern sind neben dem Hotel und zusätzlich zum originalgetreu wieder hergestellten Festsaal Wohnungen, ein Gastronomiebetrieb, ein Fitness-Center und Veranstal-

tungsräume entstanden. Die Kosten der Neugestaltung sollen sich auf rund 50 Mio. Euro belaufen.

**Zimmer nur online buchbar, zu zwei Ratentypen**

Konkret sieht Strucks Vision einer Weiterentwicklung des Budget-Prinzips so aus: Die Zimmerflächen sind im Vergleich zu anderen Budgethotels etwas kleiner, dafür wird mehr Geld in die Ausstattung investiert. Es gibt Designermöbel, modernes In-Room-Entertainment und hochwertige Materialien, aber keinen Concierge, keinen Roomservice, keine Tagungsräume, keine Wellness – was die Margen im Logis-Bereich attraktiver macht. Anstelle eines Restaurants steht ein rund um die Uhr geöffneter Coffeeshop zur Verfügung, und eine Bar soll mit DJ-Musik auch Einheimische anziehen. «Wir bieten 5-Sterne-Zimmer auf 2-Sterne-Flächen zum 3-Sterne-Preis», bringt Michael Struck die Ruby-Quintessenz auf den Punkt. In die üblichen Schemata der Klassifizierung lässt sich das laut Struck nicht pressen, deshalb geht Ruby ohne offizielles Sterne-Siegel an den Start.

Ein nicht unwesentlicher Teil der Einsparungen läuft bei Ruby



Kleinere Zimmer, dafür Designermöbel und hochwertige Materialien im Ruby Sofie Hotel Wien. Bilder zvg

im Hintergrund. So wurden nicht nur der Personal- und der Führungsstamm verschlankt, um die Betriebskosten im Rahmen zu halten, sondern auch die Prozesse rund um Hotelbuchung und Zahlungsabwicklung. Alle Front- und Backoffice-Funktionen werden online abgewickelt und wesentliche Steuerungs- und Führungsaufgaben zentral gebündelt. Zudem sind die Ruby-Hotels ausschliesslich über das Internet buchbar.

Auch das Ratensystem wurde vereinfacht, indem es nach dem Airline-Modell nur noch zwei Ratentypen gibt – eine bis 48 Stunden vor Anreise kostenfrei stornierbare Flex-Rate und eine Vorauszahlungs-Rate. Mit dem Online-Check-in sieht sich Ruby europaweit als Pionier. Die Ruby-Prepaid-Rate startet in der Standardzimmerkategorie bei Einzelbelegung bei 69 Euro. Direktbuchungen werden mittels Best-Price-Garantie gepusht. «Wir haben alles hinterfragt, auch die klassischen Betriebsprozesse. Dadurch können wir mit deutlich verringertem Personalaufwand im Bereich Frontoffice- und Reservierung fahren», betont Michael Struck.

**In der Schweiz ist Zürich als Ruby-Standort im Visier**

Er ist sich sicher, dass sein Hotelkonzept auch immobilienseitig neue Nischen erobern wird. Dank

der schlanken Struktur- und Prozessinnovationen könnten schon Flächeneinheiten ab 2000 Quadratmeter profitabel bewirtschaftet werden, sagt Michael Struck: «Das ist etwas, was wir als Alleinstellungsmerkmal sehen. Weil wir so geringe Fixkosten im Haus haben, können wir ganz andere Flächen als Hotel nutzen. Unser Break-even liegt selbst bei geringen Hotelgrößen bei unter 45 Prozent Belegung.» Im Fokus stehen Bestandesimmobilien wie Büroflächen und Innenstadt-Geschäftshäuser, aber auch Neubauten oder bestehende Hotels kämen infrage, so Struck.

Ruby Hotels fokussiert sich bei der Standortsuche auf europä-

sche Grossstädte. Mehrere Projekte seien momentan in Verhandlung, in der Schweiz sei man speziell in Zürich auf der Suche, wie Michael Struck erläutert. Die Gesellschaft plant, zehn weitere Stadthotels innerhalb der nächsten fünf Jahre zu eröffnen. Dabei steht ihr nebst der österreichischen Soravia-Gruppe der Londoner Unternehmer und Investor Michael Hehn zur Seite. Ruby sieht sich nicht nur als Betreiber, sondern auch als künftiger Eigentümer von Hotelimmobilien gerüstet und beteiligt sich auch als Ausbaunehmender direkt bei Projekten.

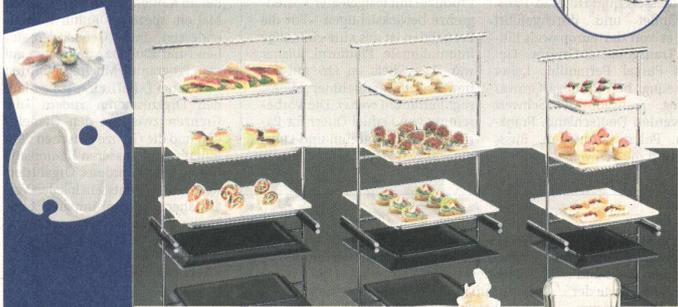
[www.ruby-hotels.com](http://www.ruby-hotels.com)



Ton in Ton: Der Lounge- und Barbereich im Wiener «Ruby».

ANZEIGE

## Das Profi-Sortiment für exzellenten Service



➔ Buffet & Küche

➔ Theke & Verkauf

➔ Bewirtung

Raffiniert geschichtet - Kunstvoll dekoriert - Appetitlich angerichtet!

Ob Sie ein Apéro Buffet oder einen Stehempfang planen oder Ihre Gäste kulinarisch auf ein mehrgängiges Menu einstimmen möchten: Bei HUBERT finden Sie eine große Auswahl an attraktiven Vorspeisengläschen, Platten und Schälchen für Ihren besonderen Event.

Gebührenfreie Bestell-Hotline 0800 11 33 66

**HUBERT**  
[www.hubert-online.ch](http://www.hubert-online.ch)

## «Swiss-Deluxe-Hotels»-Köche wirken am «Sapori Ticino»

Vom 6. April bis 11. Mai 2014 findet zum achten Mal das Gourmet-Festival S. Pellegrino Sapori Ticino statt. Zu Gast sind heuer Spitzenköche der Swiss Deluxe Hotels.

Für die diesjährige, achte Ausgabe des «S. Pellegrino-Sapori-Ticino»-Gourmetfestival empfangen zehn Tessiner Chefs je einen Kollegen aus einem Swiss Deluxe Hotel – diese Kooperation steht heuer im Fokus des Festivals, welches vom 6. April bis zum 11. Mai stattfinden wird. Gemeinsam kreieren die Köche dafür spezielle Festival-Menüs. Ausserdem werden sie für

die «Opening Party» im Ristorante La Perla in Lugano (Gastgeber René Nagy) und an der «Final Party» im Hotel Splendide Royal (Gastgeber Domenico Ruberto) zusammen für das Wohl der Gäste sorgen.

Folgende «Koch-Paare» arbeiten an den Soirées zusammen: Andrea Bertarini (Ristorante Conca Bella, Vacallo) und Pierre Crépaud («Le Montblanc», Le Crans Hotel & Spa, Crans-Montana); Dario Ranza (Villa Principe Leopoldo, Lugano) und Roland Schmid («Äbtstube», Grand Hotel Quellenhof & Spa Suites, Bad Ragaz); Egidio Iadonizio (Swiss Diamond Hotel, Lugano-Vico Morcote) und Andrea Migliaccio («Capri», Mont Cervin Palace,

Zermatt); Salvatore Frequento (Hotel Eden Roc, Ascona) und Heiko Nieder («The Restaurants», The Dolder Grand, Zürich); Frank Oerthle (Ristorante Arté, Lugano) und Sandeep Bhagwat («Rasoi by Vineet», Mandarin Oriental, Genf); Othmar Schlegel (Castello del Sole, Ascona) und Edgar Bovier («La Table d'Edgard», Lausanne Palace & Spa); Antonio Fallini (Villa Orsellina, Locarno-Orsellina) und Gregor Zimmermann («La Terrasse», Bellevue Palace, Bern) sowie Alessandro Fumagalli (Grand Hotel Eden, Lugano) und Laurent Eperon («Pavillon», Baur au Lac, Zürich).

Alle Infos und das Programm: [www.sanpellegrinosaporticino.com](http://www.sanpellegrinosaporticino.com)

Jetzt GRATIS Katalog anfordern!

HUBERT hat's! über 6.500 Produkte

## News

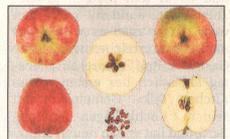
### «Motel One»: 2013 Umsatz über 200 Millionen Euro

Das Geschäftsjahr 2013 war für die deutsche Low-Budget-Designhotelkette Motel One erfolgreich: Mit einer Auslastung von 75 Prozent belief sich der Umsatz bei 205 Mio. Euro (2012: 73 Prozent und 175 Mio. Euro). Dies entspricht einer Steigerung von 18 Prozent. Der Gewinn vor Steuern (EBITDA) stieg um 17 Prozent auf 73 (Vorjahr 62) Mio. Euro. Mit der Eröffnung des Motel One Prater im Dezember 2013 knackte das Unternehmen mit Sitz in München zudem die 10000-Zimmer-Marke. Das Standortnetz wuchs im abgelaufenen Geschäftsjahr um vier Häuser auf 46 Hotels. Für 2014 sind laut Mitteilung nun zehn europäische Neueröffnungen in Deutschland, Österreich, England, Belgien und Schottland geplant; zu Expansionsplänen in der Schweiz gibt es von offizieller Unternehmensseite bis dato keine konkreten Informationen.

### Postulat: Petite Arvine soll zu 100 Prozent rein sein

Die Walliser Weisswein-Spezialität Petite Arvine soll künftig zu 100 Prozent aus reinem Rebgut bestehen. Das Kantonsparlament hat vergangene Woche mit grosser Mehrheit ein entsprechendes Postulat an die Regierung überwiesen, um für die Sorte ein Verschnittverbot zu prüfen. Der Kanton Wallis habe auch beim Fendant ein Verschnittverbot eingeführt; dieser müsse heute zu 100 Prozent aus Chasselas-Trauben bestehen und habe als Marke ein gutes Image aufgebaut, so die Postulantin Aida Lips (SVP).

### «Alant» ist die Schweizer Obstsorte 2014



Fructus, die Vereinigung zur Förderung alter Obstsorten, hat die 100 Jahre alte Apfelsorte «Alant» zur Schweizer Obstsorte des Jahres 2014 gekürt. Die Sorte hat in Versuchen an der Forschungsanstalt Agroscope Wädenswil eine «aussergewöhnliche Robustheit gegen Feuerbrand» bewiesen, begründet Fructus die Wahl. Mit der Ernennung wolle man zudem dazu beitragen, dass seltene, alte und gegen Krankheiten robuste Obstsorten nicht verschwinden, sondern wieder angepflanzt werden.



Für einmal kein Sushi, sondern kleine Stückchen Italianità ab Band: Im Restaurant Dal Nastro in Zürich ziehen rund 25 Antipasti und Süssspeisen ihre Kreise.

# Ein Band, das bindet

**Das besondere Konzept**  
Im Zürcher «Dal Nastro» rollen Antipasti statt Sushi per Laufband zum Gast. Eine schlank komponierte Idee, mit der die Gebrüder Manz expandieren wollen.

ANDREAS GÜNTERT  
**W**ieder einmal sassen die drei Freunde zusammen beim Essen. «Es war vor drei oder vier Jahren im Restaurant Picnic an der Zürcher Bahnhofstrasse», erzählt Alexander Manz, 33, «und als wir uns am dortigen Sushi-Band gütlich taten, hatte einer aus unserem Trio eine Idee. Eine Idee, die erst mal nur in den Köpfen blieb. Dann wurde sie reaktiviert, man schrieb einen Businessplan und schritt zur Tat. Gemäss der Frage, die damals angesichts der rotierenden japanischen Häppchen entstand: Warum eigentlich läuft das Band nur immer für Sushi? Wäre das nicht auch in einer italienischen Variante denkbar? Seit drei Monaten nun läuft das Italo-Band, an der Zürcher Sihlporte, rund 400 Meter entfernt vom «Picnic». Im Restaurant Dal Nastro, was wörtlich übersetzt «Vom Band» heisst, Oliven und Salami kreisen auf Tellern und unter stilvoller Plastik-Abde-

ckung, Prosciutto, Pulpo-Salat, Taleggio, aber auch Desserts wie Tiramisu. Rund 25 Antipasti und Süssspeisen, alle in Degustierportionen und zu Zürich sehr attraktiven Preisen (siehe Zweittext). Ob und wie sehr das Band eine Hauptrolle spielen sollte, wurde zu Beginn reiflich abgewogen. Eine frühe Idee, wonach sich das Band serpentinartig durchs ganze Lokal gewunden hätte, wurde aus Platzgründen verworfen. Warme Speisen könnten zwar ebenfalls auf dem Band zirkulieren – die einzelnen Trägerelemente sind mit heizbaren Magneten ausgerüstet –, doch man kam aus Qualitätsgründen auch von dieser Idee wieder ab. Weil die Pasta bei zu langer Rotierdauer Gefahr gelauften wäre, verkokt zu werden. Alexander Manz, der wie sein Zwillingbruder Michael aus der gleichnamigen Hoteldynastie (unter anderem St. Gotthard in Zürich, Euler in Basel) stammt, sieht die Philosophie des Bandes so: «Es ist eine Art italienisches Tapas-Erlebnis. Die Leute wollen heute vermehrt Kleinmahlzeiten ausprobieren und teilen.»



«Die Leute wollen heute vermehrt Kleinmahlzeiten ausprobieren und teilen.»

Alexander Manz  
Gründer Konzept «Dal Nastro» Zürich

schneiden.» Ein Band, das binden soll. Alexander Manz setzte dabei auch einen Rat seines verstorbenen Vaters Caspar Manz um, der ihm stets gesagt habe, dass es an einer Ess-Bar Gefühl und Emotion brauche. «Wenn nichts passiert hinter dem Band», sagt Alexander Manz, «dann hätten wir eine Roboter-Ambiance, was nicht in unserem Sinne wäre.» Wären auch Gerichte aus anderen Küchen Band-tauglich? Manz hört die Frage nicht zum ersten Mal. Zwar hat er trotz ausführlicher Recherche noch nie Gerichte ausserhalb des Sushi-Welt ro-

stern sehen, doch er könnte sich Varianten denken: «Spanische Tapas wären möglich, libanesisches Mezze, ebenfalls anbieten könnte sich die reiche Palette an kalten russischen Vorspeisen, die sogenannten Sakuski.» An ein helvetisch besticktes Band glaubt Manz weniger, vor allem, weil die hiesige Küche zu wenig stark von kalten Vorspeisen bestimmt sei. «Und eine Bratwurst kreisen lassen, würde auch keinen Sinn machen.»

**Band-Gerichte aus anderen Küchen?**  
Als Effizienz-Einrichtung, blossen Gag oder technische Spielerei sieht Manz das Band nicht. Sondern eher als eine Art emotionale Lebenslinie: «Weil gleich hinter dem Band die Küche am Arbeiten sind, wird der Weg zum Gast verkürzt. Es bringt den Gast näher zum Geschehen.»

Ein Band, das binden soll. Alexander Manz setzte dabei auch einen Rat seines verstorbenen Vaters Caspar Manz um, der ihm stets gesagt habe, dass es an einer Ess-Bar Gefühl und Emotion brauche. «Wenn nichts passiert hinter dem Band», sagt Alexander Manz, «dann hätten wir eine Roboter-Ambiance, was nicht in unserem Sinne wäre.» Wären auch Gerichte aus anderen Küchen Band-tauglich? Manz hört die Frage nicht zum ersten Mal. Zwar hat er trotz ausführlicher Recherche noch nie Gerichte ausserhalb des Sushi-Welt ro-

stern sehen, doch er könnte sich Varianten denken: «Spanische Tapas wären möglich, libanesisches Mezze, ebenfalls anbieten könnte sich die reiche Palette an kalten russischen Vorspeisen, die sogenannten Sakuski.» An ein helvetisch besticktes Band glaubt Manz weniger, vor allem, weil die hiesige Küche zu wenig stark von kalten Vorspeisen bestimmt sei. «Und eine Bratwurst kreisen lassen, würde auch keinen Sinn machen.»

**Manz ist von Franchise-Möglichkeiten des Konzepts überzeugt**  
Mit dem bisherigen Geschäftsgang sind die Gebrüder Manz zufrieden. Das Lokal mit seiner

### Fakten 87 Plätze für die Gäste, fünf Preisstufen für die Antipasti ab Band

**D**as «Dal Nastro», das Mitte Dezember 2013 an der Zürcher Sihlporte eröffnet wurde, bietet insgesamt 87 Sitzplätze, davon 14 am 24,5 Meter langen Band. Anders als an Sushi-Bändern bestellen und berechnen die Gäste ihre Speisen nicht per Touchscreen, sondern sie nehmen sich einfach vom Band, was sie gerne haben möchten. «Die Kunden sollen zuschauen dürfen, aber nicht mitarbeiten müssen», sagt Manz. Für die korrekte Abrechnung des Bestellten kommt ein simpler Farb-Code zur Anwendung. Die Teller, die maximal 90 Minuten auf dem Band rotieren, sind in den Farben Gelb (5 Franken),

sechs Meter hohen Decke, gelegen in einem Teil des ehemaligen Warenhauses EPA, werde gut besucht und erfreue sich dank seiner Einrichtung im Stile einer Wohnküche mit Loft-Charakter zunehmend Beliebtheit.

Ein Jahr Zeit will man sich an der Zürcher Sihlporte geben, um das Konzept noch zu verbessern, dann könne man über weitere Betriebe in der Gegend Züri nachdenken. Für Alexander Manz ist klar, dass das Konzept Franchise-Möglichkeiten biete. Vielleicht sogar für einen Vorstoss ins Heimatland des Buon Gusto: «Ich bin sicher, dass auch die Italiener das Dal Nastro lieben würden.»

Orange (8), Rot (12), Grün (15) und Schwarz (18 Franken) gehalten. Die Service-Mitarbeiter berechnen beim Abräumen anhand der leeren Teller das Konsumations-Total. Für die Zukunft zieht Manz in Erwägung, auch Frühstück per Band anzubieten. Daran aber, glaubt der Gastro-Konzepter, «müssen wir die Gäste dann wohl zuerst noch gewöhnen.» Derzeit erzielt das Dal Nastro einen Durchschnittsumsatz pro Gast von 38 Franken.

Hinter dem Konzept stehen Alexander und Michael Manz sowie Dario Bertucci (der im «Picnic» auf die Idee kam) sowie Luigi Acampora vom Zürcher Restaurant Positano. ag

# Gesucht: «Goldener Koch» 2015

**Neues beim Kochwettbewerb «Der Goldene Koch von Kadi»: Erstmals werden die Finalisten in einem Halbfinale im Einkaufszentrum Glatt in Wallisellen ermittelt.**

**W**er der «Goldene Koch von Kadi 2015» und damit Nachfolger oder Nachfolgerin von Rolf Fuchs wird, weiss man erst am 2. März 2015 – dann findet das Finale des Kochwettbewerbs im Kursaal in Bern statt. Neu ist aber, dass die sechs Finalisten in einem vorgängigen Halbfinale ermittelt werden. Dieses findet im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung am 20. September 2014 im Einkaufszentrum Glatt in Wallisellen statt. Dort treten 12 Kandidaten in zwei Durchgängen vor 30 000 bis 50 000 Besuchern und einer Fachjury (unter anderem mit Ivo

Adam, Rico Zandonella und Manfred Roth) an. In zwei Stunden kreieren sie eine Vorspeise aus Schweizer Forelle und einen Hauptgang aus Schweizer Pouletschmelke und Pouletbrust. Die sechs Besten aus den zwei Durchgängen qualifizieren sich für das Finale des «Goldenen Kochs» am 2. März 2015 in Bern. Am Wettbewerb teilnehmen können hauptberufliche Restaurant-, Hotel- und Gemeinschaftsgastronomie-Köchinnen und -Köche, die mindestens fünf Jahre Berufserfahrung in der Schweiz haben. Anders als im Finale in Bern kochen die Kandidaten im

Halbfinale ohne Commis, und die Gerichte werden auf Teller angerichtet. Die Ausschreibungsunterlagen für das Halbfinale im Einkaufszentrum Glatt können ab sofort auf der Wettbewerbs-Website heruntergeladen oder bei Organisator Kadi direkt angefordert werden (siehe Link unten). Die zwölf Halbfinalisten werden von einer Jury aufgrund ihres Dossiers ausgewählt und Ende Juni 2014 bekannt gegeben. Als Mediensponsor begleitet die htr hotel revue den Wettbewerb redaktionell. sag

www.goldenerkoch.ch



Rolf Fuchs, «Der Goldene Koch von Kadi 2012».

### McDonald's kooperiert mit Jugend-Programm

McDonald's ist eine neue Partnerschaft mit Stuard.ch eingegangen und visiert damit den Jugend- und Studierendemarkt künftig noch stärker an: Stuard.ch ist das Jugendprogramm der 17 Deutschschweizer Kantonalbanken und gleichzeitig mit über 220 000 Mitgliedern die grösste und am schnellsten wachsende Jugend- und Studierenden-Community in der Schweiz. Deren Mitglieder erhalten in allen McDonald's Restaurants in der Deutschschweiz und im Tessin ab sofort 15 Prozent Rabatt auf alle Menüs. «Der Dialog und die Nähe zu Studierenden ist auch McDonald's Schweiz sehr wichtig», so Stuard.ch in seiner Medienmitteilung. sag

**Am ersten «Swiss Kitchen Talk» haben sich Köche, Lebensmittelproduzenten und Wissenschaftler rege über Techniken und Trends ausgetauscht. Eine zweite Ausgabe ist geplant.**

SABRINA GLANZMANN

Es herrschten fast schon vorsommerliche Temperaturen auf dem Grencher Marktplatz letzten Dienstag Nachmittag. Doch das war selbst für einen Märztag ziemlich harmlos gegen die 1000 Grad, die das Restaurant und Kurslokal «Station 1» am Rande des Platzes zu bieten hatte: Sebastian Titz, Sous-Chef beim 17-Punkte-«Hexer» Stefan Wiesner im «Rössli» Escholzmatt LU, flämmte auf der Terrasse im mitgebrachten Hufschmiedeofen in Rosenwasser garte blaue Pfälzerkarotten.

Drinnen erklärte er dann, welche Rolle die Temperatur bei weiteren Komponenten seines mitgebrachten Gerichtes «Rüebli – Regenbogenforelle – Rose» gespielt haben – 40 Grad zum Beispiel bei der fermentierten Fischsauce. «Wie lange lässt du die Sauce dann so arbeiten?», fragt jemand von den um den Herd Versammelten, und es entsteht eine rege Diskussion darüber, was in welcher Form bei Fermentierung Sinn macht – und was nicht.

#### Mischung von Fachreferaten und Küchenpraxis direkt vor Ort

«Man sollte eben nicht nur deshalb fermentieren, weil es momentan irgendwie alle machen und es in den Medien grosses Thema ist, sondern weil man weiss, wieso man es macht, was man damit erreichen will», sagte Gastgeber Rolf Caviezel am Dienstag anlässlich des ersten «Swiss Kitchen Talk». Gemeinsam mit seinem Kochkollegen Philippe Berthoud hat er den neuen Think-Tank-Anlass für Köche und Gastronomen, Lebensmittelproduzenten, -technologien und Wissenschaftler bei sich in Grenchen SO organisiert, um über solche Fragen zu diskutieren. Um Erfahrungen mit neuen Techniken, Trends und Methoden auszutauschen und sich zu vernetzen.

«Dabei ist uns wichtig, dass es hier nicht um Sterne und Punkte geht, hier kann und soll jeder teilnehmen und sich einbringen können», betont Rolf Caviezel. Der Anlass war mit 25 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ausgebaut, «gerade die richtige Grösse für guten Platz- und Ideenaustausch», so Philippe Berthoud. Das Hauptthema dieses ersten «Talks» war neben Fermentation das Verbrennen von Lebensmitteln, zum Beispiel Gemüseasche



Gebannte Zaungäste: Sebastian Titz, Sous-Chef von Stefan Wiesner im «Rössli» Escholzmatt, erklärt am «Swiss Kitchen Talk» sein mitgebrachtes Gericht. Bilder André Berger/zvg

## Fachsimpeln am Herd



Waren mit dem ersten «Swiss Kitchen Talk» zufrieden: die Organisatoren Rolf Caviezel (links) und Philippe Berthoud.



«Rüebli – Regenbogenforelle – Rose», Kreation von Sebastian Titz, Gasthof Rössli Escholzmatt.



Gelée von weisser Tomate mit fermentiertem Knoblauch, mitgebracht von Kathrin Käser und Ralph Urben, Haco.



Panna Cotta mit fermentiertem Blumenkohl und Heu- und Blumenasche, Andreas Blattner, Künstlercantina Müllheim.

als Dekorationselement. Vom Ablauf her war der Nachmittag so konzipiert, dass sich die Vermittlung von Hintergrund und Theorie in Form von kurzen Fachreferaten und die Kochpraxis am Herd abwechselten – dafür hatten neben Sebastian Titz weitere Teilnehmer eigene Kreationen zum Thema mitgebracht.

Andreas Blattner, (Künstlercantina Müllheim TG) zum Beispiel zeigte, wie er eine Panna Cotta aus halb fermentiertem, halb «normalem» Blumenkohl macht und mit Heu- und Blumenasche anrichtet. «Ich schätze es sehr, wie dasselbe Produkt mittels Fermentation ganz andere Aromen, andere Texturen, andere Eigenschaften bietet. In den USA ist das schon lange und

**«Man sollte nicht fermentieren, weil es alle machen, sondern weil man weiss, wieso.»**

Rolf Caviezel  
Koch und Gründer «Kitchen Talk»

stärker ein Thema als hierzulande», sagte Blattner, der vor der «Künstlercantina» Executive Chef im Hotel Fauchère in Milford USA war. Welche Möglichkeiten das konkret beim Anrichten bietet, zeigen Kathrin Käser und Ralph Urben vom «Forum Culinaire», dem Informations- und Ausbildungszentrum für Ernährung der Haco AG. Sie drapierten einen durch Fermentation schwarz eingefärbten Knoblauch auf einem Gelée von weisser Tomate.

#### Önologen, Chemiker und Jäger hielten Referate

Die Auswahl der Referenten war vielfältig, sie reichte von Christian Maurer, Önologieprofessor an der Ecole d'Ingénieurs in

Changins über Willy Grab, pensionierter Chemiker und langjähriger Aromenspezialist bei Givaudan bis zu Jäger Mische Hofer von «Platzhirsch Wildspezialitäten» in Treiten BE, der über den Einsatz von Fermentierung bei der Fleischlagerung («Mit einer guten Fermentierung bringt man jedes Wild zart») sprach.

Natürlich, es wurde nicht nur über die angekündigten Hauptthemen gesprochen, am ersten «Swiss Kitchen Talk» hatten viele Themen aus dem Gastronomie- und Lebensmittelbereich Platz. Aber das wurde so auch geschätzt, zum Beispiel von Arno Sgier, 17-Punkte-Koch in der «Traubens-Trimmbach». «Ich selbst bin noch etwas skeptisch, was Fermenta-

tion betrifft, ich finde, das sind wir hierzulande noch in den Kinderschuhen und müssen das noch näher anschauen. Aber gerade deshalb sind solche Veranstaltungen ja wichtig, damit nicht jeder daheim in seiner Küche alleine vor sich hin probelt. Zum Glück sind viele Köche heute nicht mehr solche Diven, die sich nicht in die Kochtöpfe schauen lassen wollen», so Arno Sgier schmunzelnd.

Rolf Caviezel und Philippe Berthoud zeigten sich über den ersten «Swiss Kitchen Talk» zufrieden und planen bereits eine zweite Ausgabe im Herbst.

Rezept von Andreas Blattner, mit fermentiertem Blumenkohl:  
[www.htr.ch/kitchentalk](http://www.htr.ch/kitchentalk)

ANZEIGE



## Herkunft zählt

### Genuss ohne Nachgeschmack.

Wir machen uns nicht nur Gedanken – wir bieten Ihnen auch ein breites Sortiment an ökologischen und nachhaltigen Labels sowie Produkten.

Verfolgen Sie mit uns den Nachhaltigkeitsgedanken. Gemeinsam nachhaltig.

Näher ist sympathischer.

**PISTOR**

Pistor AG | Hasenmoosstrasse 31 | CH-6023 Rothenburg  
Tel. 041 289 89 89 | Fax 041 289 89 90 | info@pistor.ch | www.pistor.ch

# 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. 12 · 20. März 2014

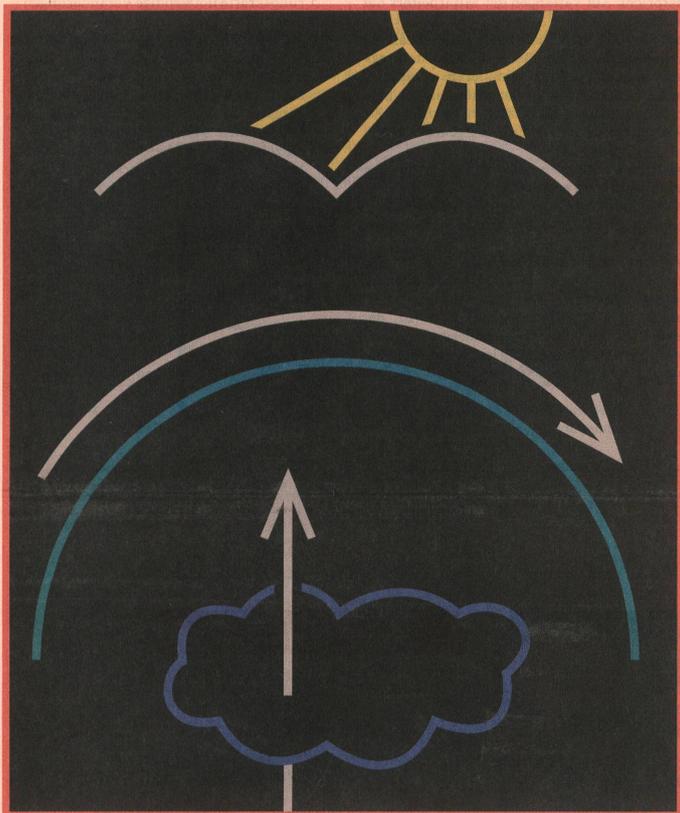
htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

**HOTELLERIE\***  
**GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

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



## HÖHER – WEITER – BILDUNG

Wem seit dem Ende der Olympischen Winterspiele der Reiz von kühnen Höchstleistungen fehlt, dem sei empfohlen, sich statt Slopestyle und Slalom die Bildungszahlen des Bundesamtes für Statistik anzusehen. Zugegeben, Statistiken werden gemeinhin weder als besonders «hot» noch als besonders «cool» wahrgenommen. Aber im Jahr 2012 hat die Branche Ergebnisse erzielt, die es wert sind, gewürdigt zu werden. Nicht nur gelang es einer Rekordzahl von 3.672 Lernenden, ein eidg. Berufsattest oder ein eidg. Fähigkeitszeugnis zu erlangen. Auch die höhere Berufsbildung verzeichnete ein historisches Hoch. Fast schon schwindelerregend wirkt dabei die Entwicklung bei den eidg. Prüfungen, die in den vergangenen zehn Jahren von 144 auf 541 Absolventinnen und Absolventen jährlich schnellte. Auf Fachhochschulebene setzte sich der Aufwärtstrend der letzten Jahre ebenfalls fort.

### Dranbleiben

Kaum hat man den Moment des Triumphs jedoch genossen, das wissen erfahrene Sieger(innen) wie auch ihre Fans, meldet sich der Hunger auf mehr davon. Dann kommen die Fragen: Wie sind diese Rekorde entstanden? Werden sie sich in Zukunft noch übertreffen lassen? Oder werden wir unseren Nachfahren davon erzählen, dass wir das goldene Zeitalter erlebt haben, damals, als das Jahrtausend noch jung war? Einige Antworten sind leichter zu finden als andere. Dass im Jahr 2012 besonders viele Berufsatteste und Fähigkeitszeugnisse erworben wurden, liegt daran, dass in den Vor-

jahren besonders viele Lernende in die Grundbildung eintraten und dieser auch treu blieben. Je schwieriger es aber wird, neue Talente zu gewinnen und dem demographischen Wandel Paroli zu bieten, desto mehr sinken unsere Chancen auf neue Bestwerte. Entsprechend bedeutungsvoll ist es, dass die Branche sich mit Herzblut dafür engagiert, das Interesse junger Menschen zu wecken und zu halten. Fragen Sie sich, was Sie selbst dazu beitragen werden. Da sich die höhere Berufsbildung von der Basis aus nährt, spielen auch hier die neuen Lehrverhältnisse längerfristig die Schlüsselrolle. Mittelfristig stimmt es zuversichtlich, dass die «Bildungsboomer», die in den letzten Jahren ihre Grundbildung abgeschlossen haben, nun an der Schwelle stehen, sich und ihr Können durch die Angebote der höheren Berufsbildung weiterzuentwickeln. Die Zahlen beweisen, dass es ihren Vorgängerinnen und Vorgängern nicht an Mut, Kraft und Unterstützung durch das private und berufliche Umfeld gefehlt hat. Zudem zeichnen sich nun förderliche Entwicklungen von öffentlicher Seite ab. Die Kosten der Vorbereitungskurse für die Berufsprüfungen und höheren Fachprüfungen werden vom Bund mitgetragen werden, hinzu kommen neue steuerliche Entlastungen für Aus- und Weiterbildungskosten.



Miriam Shergold  
Projektleiterin Bildungsmonitoring  
www.hotelleriesuisse.ch

ZITAT  
DER WOCHE

«Alles Wissen ist vergeblich  
ohne die Arbeit. Und alle Arbeit  
ist sinnlos ohne die Liebe»

Khalil Gibran

AGENDA

### 30. MÄRZ

«Please Disturb»,  
ganze Schweiz  
[www.pleasedisturb.ch](http://www.pleasedisturb.ch)

### 15. APRIL

«KOPAS – Kontaktperson für  
Arbeitssicherheit und Gesund-  
heitschutz im Gastgewerbe»,  
von hotelleriesuisse,  
im Seminarhotel Sempachersee,  
in Nottwil  
[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

### 16. APRIL

«QV-Vorbereitungstag»,  
vom Berufsverband Hotellerie-  
Hauswirtschaft, in Sursee  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 17. APRIL

«Reinigung von Hart-/Textilbo-  
denbelägen im Beherbergungs-  
bereich», vom Berufsverband  
Hotellerie-Hauswirtschaft,  
in Wädenswil  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 6. MAI

«Mit TrustYou effizient arbeiten»,  
von hotelleriesuisse,  
im Hotel Glockenhof, in Zürich  
[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

### 12. MAI

«Spielend leicht instruieren  
und ausbilden»,  
vom Berufsverband Hotel-  
Administration Management,  
in Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

Alle Netzwerkpartner unter:  
[www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk](http://www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk)

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

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

**Aufzüge**

**Gefährdung:**

- Absturzgefahr für Personen und Material
- Verletzungen von Körperteilen durch Einklemmtwerden

**Mögliche Sicherung:**

- Nur Waren-/Personenaufzüge installieren, die der Norm SN EN 81-1/-2 entsprechen und durch den Lifthersteller geliefert und montiert wurden.
- Für Hebebühnen, deren Hubhöhe mehr als 2 m beträgt oder die durch eine Decke führen, gelten die Vorschriften für Personen- und Lastenaufzüge (SN EN 81-1/-2).

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

# WISSEN SIE, WAS INS ARBEITSZEUGNIS GEHÖRT?

Mehrmals hat «Profil» schon über das Arbeitszeugnis geschrieben. Diesmal machen wir es mit einem kleinen Quiz. So können Sie selber prüfen, was Sie wissen und was nicht.

**A**rbeitszeugnisse sind beim Bewerbungsprozess wichtige Entscheidungsgrundlagen für eine Anstellung. Hier nun einige Behauptungen und die richtigen Antworten:

**Ein Arbeitszeugnis muss in erster Linie wahr sein.**

Richtig, in der Schweiz muss ein Arbeitszeugnis mit erster Priorität wahr und mit zweiter wohlwollend sein (in Deutschland zum Beispiel ist es umgekehrt).

**Das Arbeitszeugnis fördert das berufliche und wirtschaftliche Fortkommen von austretenden Mitarbeitenden.**

Richtig. **Forderungen wie Wahrheit, Wohlwollen, Vollständigkeit, Einheitlichkeit, Individualität und Klarheit entsprechen der schweizerischen Gerichtspraxis.**

Richtig, wobei die Reihenfolge klar ist (siehe Kommentar zur ersten Aussage).

**Negativpunkte dürfen in einem Zeugnis auf keinen Fall aufgeführt sein.**

Falsch, Negativpunkte sind in moderater Sprache eindeutig zu nennen. Allerdings müssen negative Formulierungen charakteristisch sein, am besten mit der «Brückentechnik» formuliert (positiv-negativ-positiv), erfolgen.

**Codierungen sind in der Zeugnissprache verboten.**

Sie sind nicht direkt verboten, aber sie sind juristisch nicht haltbar und auch nicht zeitgemäss. Trotzdem gibt es immer noch

sehr viele Chefs oder Personalchefs, die solche Codes verwenden.

**Ein Arbeitszeugnis muss erst ab Ende der Probezeit ausgestellt werden. Vorher reicht eine Arbeitsbestätigung.**

Falsch, Artikel 330a des Obligationenrechts (OR) besagt, dass Arbeitnehmer jederzeit vom Arbeitgeber ein Zeugnis verlangen können, das sich über die Art und Dauer des Arbeitsverhältnisses sowie über Leistungen und Verhalten ausspricht. Auf Verlangen des Mitarbeiters hat sich das Zeugnis auf Angaben über die Art und Dauer des Arbeitsverhältnisses zu beschränken (Arbeitsbestätigung). Bei kurzer Anstellungsdauer können Chefs so formulieren: «Aufgrund der kurzen Anstellungsdauer können wir kein umfassendes Zeugnis ausstellen. Gerne bestätigen wir aber, dass Herr/Frau X... gearbeitet und sich... verhalten hat.»

**Arbeitgeber dürfen sich weigern, ein Arbeitszeugnis zu erstellen.**

Falsch, Artikel 341 OR besagt, dass «der Zeugnisantrag des Arbeitnehmers unabdingbar und unverzichtbar ist».

**Arbeitnehmer dürfen auch nach 15 Jahren noch ein Arbeitszeugnis verlangen oder berechtigten lassen.**

Falsch, die Verjährungsfrist liegt in der Schweiz bei zehn Jahren (Bundesgericht), ausgenommen der Kanton Zürich, wo sie bei fünf Jahren liegt.

Mario Gsell

Quelle: New Placement GmbH, Bildungsinstitut und Kompetenzzentrum für Bewerbungsprozesse, 8048 Zürich

BUCHTIPP

## WENN DIE ERFOLGSREZEPTE NICHT MEHR GREIFEN

Zugvögel wissen, wann es Zeit wird, in den Süden zu fliegen, können ein gemeinsames Ziel ansteuern und synchron auf die Umwelt reagieren. Verhaltensweisen, die auch Unternehmen das Überleben sichern könnten – doch viele scheitern an diesen Herausforderungen.

Das Problem in einer Firma ist, dass die Führung überlegen muss, welches Ziel sie ansteuern will und allenfalls notwendige Veränderungen erkennen. Doch dann beginnt das Problem erst richtig. Denn es ist notwendig, dass die Mitarbeitenden mitziehen, und dazu müssen sie auch informiert und für das Ziel gewonnen werden. Dieses Buch zeigt, wie Führungskräfte notwendige Veränderungen erkennen, alle Beteiligten an Bord holen, erforderliche Handlungen aufeinander abstimmen und den Wandel nachhaltig implementieren können. Dabei werden auch messbare Faktoren, die für Veränderungsprozesse notwendig sind, vorgestellt. Die Analogie zu den Zugvögeln hebt die einzelnen Aspekte besonders markant hervor, erleichtert das Verständnis und damit die praktische Umsetzung.



«Change Management: Das Zugvogel-Prinzip»

Hanser Verlag von Dietmar Straub, Frank Kuhnecke und Torsten Kirchmann ISBN 978-3-446-43818-7 CHF 34.00

AUS- UND WEITERBILDUNG

Zu viele Köche verderben den Brei. Einige von ihnen sollten...

**CsBe ...Informatiker werden!**

**CompTIA ANP Informatiker**

Ab 5. April 2014 in Bern

Internationales begehrtes Zertifikat

ICT Ausbildungszentrum Bern - [www.csbe.ch](http://www.csbe.ch)

**Durchblick**

**Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement**

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

hotelleriesuisse  
 Swiss Hotel Association

DIREKTION



Die Schweizerische Hotelfachschule Luzern ([www.shl.ch](http://www.shl.ch)) ist eine der führenden Hotelfachschulen in der Schweiz und bildet junge, erfolgsorientierte Persönlichkeiten zu Führungspersonen des Hospitality Managements aus. Dank der starken Anwendungs- und Praxisorientiertheit in einer modernen Lernumgebung genießt der Bildungsgang SHL national und international ein hohes Ansehen und bildet die Basis vieler erfolgreicher Karrieren im In- und Ausland. Infolge Pensionierung des langjährigen Stelleninhabers suchen wir einen

charismatischen, führungserprobten und kommunikativen

## Direktor (m/w)

In dieser Position verantworten Sie die operative Umsetzung der strategischen Ziele. In enger Zusammenarbeit mit dem Stiftungsrat leiten Sie den Schulbetrieb und tragen die Gesamtverantwortung für den operativen Bereich. Zu Ihren Aufgaben zählen die Präsentation und Repräsentation der Schule an internen und externen Anlässen. Sie koordinieren und führen die Mitarbeitenden mit Einbezug in die Entscheidungsfindung und beraten junge Persönlichkeiten

auf ihrem Karriereweg. Für diese anspruchsvollen Aufgaben bringen Sie einen Abschluss auf tertiärer Stufe, idealerweise in der Hotellerie oder in der Tourismusbranche mit. Ausserdem kennen Sie sich in der nationalen und internationalen Hotelbranche bestens aus. Sie verfügen über fundierte Kenntnisse des Bildungssystems, weisen Erfahrungen in der Aus- und Weiterbildung auf und interessieren sich für bildungspolitische Themen. Ein hohes Verständnis

für junge Erwachsene, ausgeprägte Repräsentationsfähigkeiten, Offenheit für Veränderungen sowie das Verständnis der bestehenden Unternehmenskultur zeichnen Ihre Persönlichkeit aus. Diese Führungsaufgabe bietet Ihnen ein modernes Umfeld an einem attraktiven Arbeitsplatz an bester Lage in Luzern. Wir bieten Ihnen ein langfristiges Engagement sowie die Zusammenarbeit mit einem kompetenten und langjährigen Team bei guten Anstellungsbedingungen.

Vielen Dank für Ihre Bewerbung via [www.mercuriurval.ch](http://www.mercuriurval.ch), Ref. Nr. CH-MULU-004351/262. Gerne geben wir Ihnen weitere Informationen unter 041 228 80 90.

Board & Executive

**Mercuri Urval**

«Interessante und  
vielseitige Aufgaben.»



weitere Jobs unter [www.migros.ch](http://www.migros.ch)

Die Genossenschaft Migros Luzern erarbeitet mit knapp 6'000 Mitarbeitenden in mehr als 80 Verkaufsstellen und Restaurants einen Umsatz von rund 1.35 Mrd. Franken. Im Bereich Systemgastronomie sind wir ein führendes Unternehmen.

Für das Migros-Restaurant Waldstätter in Luzern suchen wir per 1. August 2014 oder nach Vereinbarung eine ausgewiesene Fach-, Führungs- und Gastgeberpersönlichkeit als

### Leiterin oder Leiter Migros-Restaurant

Wir bieten Ihnen eine herausfordernde Funktion, in welcher Sie für die Umsätze und Erträge des Restaurants mit 184 Sitzplätzen und die sozialkompetente Führung und Förderung von rund zehn Mitarbeitenden verantwortlich sind.

Sie haben Freude, täglich als Gastgeber selber in der Produktion und bei der Bedienung der Gäste die treibende Kraft zu sein. Sie haben den Kochberuf erlernt, bringen eine fundierte Ausbildung im Bereich der Gastronomie und Betriebswirtschaft (FA) mit und verfügen über eine erfolgreiche Fach- und Führungspraxis in der Systemgastronomie. Wichtige Voraussetzungen sind auch Ihr hoher Qualitätsanspruch und Ihre Umsetzungskompetenz, selbst in hektischen Situationen verlieren Sie die Übersicht nicht. Die Fähigkeit, als überzeugende Persönlichkeit Beziehungen partnerschaftlich zu gestalten, rundet Ihr Profil ab.

Ihr Fachwissen sowie Ihr verantwortungsvolles Handeln und Ihr unternehmerisches Flair können Sie hier einbringen.

Überzeugen Sie uns von Ihrer Kompetenz und senden uns bitte Ihre vollständige Online-Bewerbung unter [www.migros.ch/jobs](http://www.migros.ch/jobs).

Genossenschaft Migros Luzern  
Geschäftssitz Dierikon  
Reto Kron  
Leiter Personelles/Ausbildung  
Postfach  
6031 Ebikon



**MIGROS**

31236-10960

KULTUR  
CASINO  
BERN

Konzerte, Gesellschaften, Tagungen im Herzen Berns: Das Kultur Casino bietet den idealen Rahmen für verschiedenste Anlässe. Die neoklassizistischen Säle bestechen mit einmaligem Ambiente. Eleganz und moderne Veranstaltungstechnik rücken unsere Anlässe ins rechte Licht. Wir suchen per **1. Juli 2014** oder nach Vereinbarung eine dynamische Persönlichkeit als

### Verantwortliche/r Veranstaltungsmangement 100%

#### Ihr Verantwortungsbereich

In dieser anspruchsvollen und abwechslungsreichen Funktion sind Sie verantwortlich für die Organisation und Führung unseres Veranstaltungsbüros. Sie verstehen es, ein kleines Team zu formen und unsere Gäste zu begeistern. Zu Ihren Hauptaufgaben gehören:

- Verkaufen der gesamten Angebotspalette des Kultur Casino Bern
- Organisation unserer Veranstaltungen mit bis zu 1300 Personen
- Kompetente Beratung und Betreuung unserer Kunden
- Sicherstellung eines reibungslosen administrativen und operativen Ablaufs von der Planung bis hin zur Umsetzung und der Nachbearbeitung sämtlicher Anlässe
- Koordination der gesamten Auftragsabwicklung (Offerten, Verträge, Rechnungen, Mahnwesen, Feedback-Einholung sowie eine professionelle Reklamationsbehandlung)
- Verfassen von Ablaufplänen und Sicherstellung einer optimalen Koordination und Kommunikation zwischen den einzelnen Bereichen

#### Ihr Profil

Sie sind eine Gastgeberpersönlichkeit und zeichnen sich durch einen hohen Dienstleistungsgehalt und Zielorientierung ebenso aus wie durch Ihre soziale und kommunikative Kompetenz. Sie setzen sich auf eine natürliche und direkte Art durch und nehmen eine Vorbildfunktion ein. Unternehmerisches Denken, ein gepflegtes Erscheinungsbild, Flexibilität und eine Affinität zu Musik und Kultur runden Ihre Persönlichkeit ab.

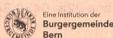
Für diese Funktion setzen wir eine fundierte kaufmännische Ausbildung voraus. Sie verfügen über eine Weiterbildung im Bereich Hotellerie/Gastronomie (vorzugsweise Hotelfachschule) oder können Berufserfahrung in der Branche vorweisen. Sie konnten ferner bereits Führungserfahrung in einer vergleichbaren Funktion sammeln. Im Umgang mit MS Office sind Sie versiert, und Sie verfügen zudem über Protel-Anwenderkenntnisse. Die Sprachen Deutsch und Englisch beherrschen Sie fließend in Wort und Schrift, Französischkenntnisse sind von Vorteil.

#### Wir bieten

- Spannende, vielfältige und verantwortungsvolle Aufgaben in einem motivierten Team
- Attraktive Anstellungsbedingungen mit überdurchschnittlichen Sozialleistungen
- Arbeitsplatz im Herzen der Stadt Bern

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an [stellen@bgbern.ch](mailto:stellen@bgbern.ch) oder Burgergemeinde Bern, Zentraler Personaldienst, Amthausgasse 5, 3000 Bern 7. Bei Fragen zum Aufgabengebiet steht Ihnen Frau Heidi Holdener, Direktorin Kultur Casino Bern, unter Tel. 031 328 02 05 gerne zur Verfügung.

Kultur Casino Bern  
Herrengasse 25 | CH-3011 Bern | Tel +41 (0)31 328 02 28 | Fax +41 (0)31 328 02 22  
[info@kulturcasino.ch](mailto:info@kulturcasino.ch) | [www.kulturcasino.ch](http://www.kulturcasino.ch)



31247-10972

### Einzigtages Musik-/Ausbildungs- & Seminarzentrum

Für die Betriebsleitung dieses Juwels – ein Refugium für musikalische und kulturelle Veranstaltungen, Unterricht und Seminare mit integriertem **neuen Hotelbetrieb** – suchen wir eine Gastgeberin, einen Gastgeber oder ein Paar/Duo mit hoher Affinität zur klassischen Musik, zur Kultur und mit ausgeprägten organisatorischen Fähigkeiten. Dank geschicktem Outsourcing kann das nicht-kommerzielle Unternehmen mit einem sehr kleinen Team schlank geführt werden.

Die harmonische Verbindung aus idyllischer Lage, Kulturdenkmal, modernster Technik und einem attraktiven Angebotsmix aus hochwertigen Veranstaltungen bzw. ganz besonderen Anlässen, bildet ein echtes Alleinstellungsmerkmal. Domizil: Unweit grösserer Zentren wie Zürich und Winterthur. Gute Ausgangslage für Profis der Hospitality-Branche mit Einfühlungsvermögen zu Musikern, Künstlern und Besuchern, die Ruhe und Einkehr suchen.

### Leiterin/Leiter eines neuen Kulturhotels

Ein Gastgeber-Paar/-Duo ist ebenfalls denkbar

Sie kommunizieren exzellent auf allen Ebenen und haben wertvolle Erfahrungen in der Schweizer Hotellerie, Gastronomie gesammelt. Einen Hotelfachschulabschluss oder eine vergleichbare Ausbildung setzen wir voraus. Sie lieben Menschen (!) und bringen Führungserfahrung mit. Auch starke Nachwuchskräfte mit **Veranstaltungs-/Seminar-Know-how**, die den Sprung auf Betriebsleitungsebene wagen wollen, erhalten eine Chance.

Als naturverbundene Hands-On-Gastgeberin/-Gastgeber mit Flair für Marketing, Social Media und Administration haben Sie sich zum Ziel gesetzt eine Pionieraufgabe mit Bravour zu meistern. Dazu bieten wir Ihnen die optimale Plattform. – Interesse? Für den Erstkontakt am besten CV/Foto per E-Mail senden oder anrufen. Der Eintritt kann **per sofort** oder nach Vereinbarung erfolgen. Für Anrufe ausserhalb der Bürozeiten und am Wochenende: 079 402 53 00. Wir freuen uns auf Sie!

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

**SCHAEFER & PARTNER**  
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf  
Tel. +41 44 902 12 00  
[www.schaeferpartner.ch](http://www.schaeferpartner.ch)  
[ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch](mailto:ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch)

31279-10989

Für unseren lebhaften Betrieb am Fusse der Rigi bieten wir unseren Gästen an sieben Tagen pro Woche ein abwechslungsreiches Angebot und saisonale Spezialitäten. Zudem sind wir für Catering sowie kleinere und grössere Feiern bekannt. Verkehrstechnisch sind wir gut erschlossen, welches uns durch für die Gästevielfalt auszeichnet.

### Küchenchef (m/w)

Als Küchenchef stellen Sie den operativen Küchenbetrieb sicher. Sie führen und koordinieren die Mitarbeitenden, sorgen mit Ihrem Team für eine hervorragende und konstante Qualität des Angebots und stellen den Einkauf sicher. In Ihrer Verantwortung liegt neben der Optimierung der Küchenorganisation die Planung, das Erstellen und die Weiterentwicklung des gesamten Angebots. Sie besitzen eine fundierte Aus- und Weiterbildung samt Berufserfahrung und den Erfolgsnachweis als Küchenchef in einem A-la-carte-Betrieb mit Banketten.

Neben Ihren fachlichen Qualitäten verfügen Sie über eine hohe Sozialkompetenz. Sie arbeiten kosten- und qualitätsbewusst und setzen die Ihnen zur Verfügung stehenden technischen Hilfsmittel gekonnt ein. Aktives Mitarbeiten am Herd ist für Sie eine Selbstverständlichkeit. Sie kommunizieren klar, fordern und fördern Ihre Mitarbeitenden und werden als motivierte und begeisterungsfähige Führungspersönlichkeit geschätzt. Sie anerkennen gute Leistungen, und ein angenehmes Betriebsklima liegt Ihnen am Herzen.

Es erwartet Sie eine herausfordernde Position mit attraktiven Anstellungsbedingungen in einem renommierten Familienbetrieb.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte unter Chiffre 31218-10958 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

31218-10958

**Arosa ist der ideale Arbeitsort für Liebhaber einer intakten Bergwelt und eines nebelarmen, sehr sonnigen Klimas. Die einzigartige Atmosphäre dieser international bekannten Feriendestination ist gleichermassen faszinierend, sowohl für Bewohner wie auch für die Feriengäste. Die Arosa Bergbahnen AG ist Garant für die Verbindung von traditioneller Gastlichkeit mit technischem Fortschritt**

**Arosa**  
Bergbahnen

Unser Auftraggeber betreibt in der Feriendestination Arosa vier bediente Bergrestaurants und im Dorf zwei Beherbergungsbetriebe. Per Anfang Juli oder nach Vereinbarung wird die Stelle der

## Bereichsleitung Gastronomie und Beherbergung

neu besetzt. Als Mitglied der Geschäftsleitung führen Sie diesen Geschäftsbereich zum Wohl der Gäste nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen. Wir wenden uns mit dieser vielseitigen Führungsfunktion an eine kompetente Persönlichkeit mit abgeschlossener Aus- und Weiterbildung in der

### Hotellerie/Gastronomie

Sie überzeugen durch gästerorientiertes Denken, Handeln und Kommunizieren sowie als Führungsperson mit Gespür für die Mitarbeiter und mit der Fähigkeit, zukunftsgerichtete Konzepte zu erarbeiten.

Es erwartet Sie eine in jeder Hinsicht faszinierende und verantwortungsvolle Führungsaufgabe zu attraktiven Anstellungskonditionen.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige, per E-Mail eingereichte Bewerbung, die wir absolut vertraulich behandeln werden (keine Dossiers per Post). Für telefonische Vorauskünfte steht Ihnen unser Herr U. Beyer jederzeit gerne zur Verfügung.

Haussener Consulting

Urs Beyer  
Oberauweg 2  
CH-7205 Zizers  
Tel. 081 322 12 26  
[u.beyer@hcch.ch](mailto:u.beyer@hcch.ch)  
[www.hcch.ch](http://www.hcch.ch)

Niederlassungen in  
den wichtigsten  
Wirtschaftsregionen  
der Schweiz

### Haussener Consulting

Managementberatung & Kaderselektion

31213-10987



## Küchenchef

Gastronomie im Toni Areal  
Pflingstweidstrasse 96, 8021 Zürich

per 1. Mai 2014

Haben wir Ihr Interesse geweckt?  
Den ausführlichen Stellenbeschrieb finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

 Die Gastronomiegruppe  
[www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)



31295-10985

**Hotel-Restaurant Eierhals am Ägerisee**  
**Familie Hp. Merz-Betschart**  
6315 Oberägeri/Morgarten  
[www.hotel-eierhals.ch](http://www.hotel-eierhals.ch)

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine freundliche, deutschsprachige

### Servicefachfrau/Servicefachmann

für unser A-la-carte-Restaurant.

Wir bieten: geregelte Arbeitszeiten (Schichtbetrieb) 5-Tage-Woche, ein Wochenende im Monat frei. Zimmer kann im Haus bezogen werden.

Senden Sie uns Ihre Unterlagen oder machen direkt einen Termin aus. Wir freuen uns auf Sie.  
Familie Merz, Telefon 041 754 50 50

31291-10982



Hier werden anspruchsvollste Ferien- und Wellnesssträume wahr. Das einzigartige Hotelresort mit der Eleganz und der Grandezza der «Belle Epoque» besteht aus drei Gästehäusern, dem Belle Epoque Pavillon, der mehrfach ausgezeichnete Wellnessoase delight spa & beauty, fünf Restaurants und verfügt über den grössten Hotelpark der Schweiz.

Zur Verstärkung unserer Salesabteilung suchen wir nach Vereinbarung eine initiative, gewinnende und kommunikative Persönlichkeit als

### Sales Manager (m/w)

Mit Engagement und Leidenschaft begeistern Sie neue Kunden/Gäste für unsere einzigartige Hotelwelt. Sie führen die Sales-Strategie aus, stellen die Buchungsziele im MICE-Bereich sicher, organisieren Fam Trips und führen Sales Calls durch. Weiter gehören Produktion, Weitergabe und Verarbeitung von Sales Leads sowie Marktbeobachtungen zu Ihrem Aufgabengebiet. Zudem erstellen Sie Newsletter, pflegen das CRM-System (Fidelo), erledigen das Reportingwesen und unterstützen den Director of Sales.

Sie sind ein Verkaufstalent, kontaktfreudig, kreativ, sprach- und reddegewandt (D/E, von Vorteil auch F/I) und verfügen über einen Hotelfachschulabschluss sowie über mehrjährige Erfahrung im Salesbereich der Vier- und Fünf-Stern Hotellerie und im MICE-Bereich. Ihr überzeugendes Auftreten, Ihre eigenständige Arbeitsweise und Ihr Verhandlungsgeschick runden Ihr Profil ab. Verfügen Sie zudem über ein gepflegtes Auftreten, sind flexibel und belastbar, dann gehören Sie in unser dynamisches Team! Der Arbeitsort wird entweder in Flims oder im Grossraum Zürich sein. Für die Ausübung dieser Tätigkeit wird ein eigenes Fahrzeug vorausgesetzt.

Motiviert? Dann überraschen und begeistern Sie uns mit Ihrer vollständigen Bewerbung.

Waldhaus Flims Mountain Resort & Spa  
Via dil Parc 3 | 7018 Flims | Switzerland  
T +41 (0)81 928 48 48 | F +41 (0)81 928 48 58  
[b.pargaus@waldhaus-flims.ch](mailto:b.pargaus@waldhaus-flims.ch) | [www.waldhaus-flims.ch](http://www.waldhaus-flims.ch)



31255-10981

STADE DE SUISSE Wankdorf sucht:

### Leiter/in Publikums catering

Jobcode [hoteljob.ch](http://hoteljob.ch): J77972

Stade de Suisse Wankdorf Nationalstadion AG  
Papiermühlestrasse 71, 3014 Bern  
031 344 88 14, [jobs@stadedesuisse.ch](mailto:jobs@stadedesuisse.ch)

31274-10985



Unsere Yooji's AG besteht aus sieben Restaurants und einer Manufaktur und bietet ein vielseitiges und exquisites Angebot an Sushi, Sashimi, frischen Salaten, Suppen und vielem mehr.  
In der Yooji's Manufaktur, welche in Kloten steht, werden Sushirollen, Desserts und Snacks vorgefertigt und mehrmals täglich an die Yooji's Restaurants geliefert. Aufgrund des Wachstums von Yooji's wird die Manufaktur reorganisiert.

Für diese Herausforderung suchen wir eine/n erfahrene/n

### Produktionsleiter/in 100% per April/Mai 2014

In dieser Position übernehmen Sie die Gesamtverantwortung der Yooji's Manufaktur, führen den Betrieb prozessorientiert, führen das Qualitätsmanagement und sind um die Optimierung der Produktionslogistik bemüht.

#### Ihre Aufgaben

- Ausbau, Planung und Organisation der internen Prozesse
- Ausbau des Qualitätsmanagements
- Sicherstellung der Qualitätsanforderungen
- Controlling der Kosten und der Qualität
- Dokumentation der durchgeführten Qualitätskontrollen
- Optimale Auslastung und Verfügbarkeit der vorhandenen Ressourcen (Anlagen, Mitarbeiter etc.)
- Optimierung der Produktionsprozesse nach unternehmerischen und technischen Kriterien
- Jahresbudgetierung
- Leitung von diversen innerbetrieblichen Kleinprojekten
- Unterstützung des Operativen Leiters Yooji's Manufaktur bei der Führung der Schichtleiter und Produktionsmitarbeitenden

#### Ihr Profil

- Grundausbildung in der Lebensmittelindustrie
- Weiterbildung im Bereich Qualitätsmanagement und/oder Lebensmitteltechnologie
- Führungserfahrung
- Deutsch- und Englischkenntnisse
- lösungs-, prozess- und ergebnisorientierte Arbeitsweise
- analytisches sowie unternehmerisches Denken
- guter Organisationssinn
- hohe Sozialkompetenzen
- Durchsetzungsvermögen
- Erfahrung aus einer ähnlichen Position

#### Unsere Leistungen

- ein moderner und pulsierender Arbeitsplatz
- attraktive Vergünstigungen innerhalb der gesamten Unternehmung
- Offenheit für Kreativität und neue Ideen
- gute Weiterbildungsmöglichkeiten
- innovatives und familiäres Arbeitsumfeld

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre vollständige **Online-Bewerbung**.  
Weitere Stellenangebote: [www.twospice.ch](http://www.twospice.ch)

31278-10984

## Alterszentrum Acherhof

Im Alterszentrum Acherhof betreuen wir 100 Bewohnerinnen und Bewohner mit individuellen Wünschen und Bedürfnissen sowie unterschiedlichem Pflegebedarf.

Wir suchen per 1. August 2014 oder nach Vereinbarung eine Führungspersönlichkeit als

### Küchenchef/in 100%

#### Wir erwarten:

- Abgeschlossene Ausbildung zum Koch
- Sie haben ausgewiesene, mehrjährige Berufs- und Führungserfahrung als Küchenchef
- Sie verfügen idealerweise über eine Zusatzausbildung als Spital-/Heimkoch sowie Diätkoch
- Sie überzeugen durch Ihr Fachwissen und Ihre Sozialkompetenz
- Sie sind eine dynamische und teamfähige Persönlichkeit, die ziel- und lösungsorientiert arbeitet
- Sie pflegen einen transparenten Kommunikationsstil
- Sie sind offen, kreativ und motiviert, neue Ideen umzusetzen
- Fundierte IT-Kenntnisse erwünscht

#### Ihr Aufgabengebiet umfasst:

- Sie sind verantwortlich für das kulinarische Wohl unserer Bewohnerinnen und Bewohner sowie der Gäste und Mitarbeitenden
- Sie tragen die Verantwortung für die fachliche, organisatorische und personelle Führung der Küche mit 9 Mitarbeitenden und 2 Lernenden
- Verantwortlich für den Einkauf der Küche und Cafeteria
- Verantwortung für die Einhaltung der Hygienevorschriften in der Küche
- Verantwortung für die Lernenden
- Mitarbeit bei Projekten im Bereich Hotellerie

#### Wir bieten:

- Anspruchsvolle, selbständige und vielseitige Führungsaufgaben
- Angenehmes und lebhaftes Arbeitsklima
- Unterstützende und offene Unternehmenskultur
- Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Für weitere Auskünfte steht Ihnen der Gesamtleiter ai, Felix Lienert, gerne zur Verfügung, Telefon 041 818 32 01.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an:  
**Alterszentrum Acherhof, Felix Lienert, Grundstrasse 32a, 6430 Schwyz**  
[www.acherhof.ch](http://www.acherhof.ch)

31238-10987



## Gruppenleitung Segment Business (w/m)

Hauptsitz der ZFV-Unternehmungen  
Flüelastrasse 51, 8047 Zürich

per 1. April 2014

Haben wir Ihr Interesse geweckt?  
Den ausführlichen Stellenbeschrieb finden Sie unter [www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)

 Die Gastronomiegruppe  
[www.zfv.ch](http://www.zfv.ch)



31241-10986

\*\*\*Hotel Schweizerhof Sta. Maria sucht

### erfahrene Servicemitarbeiter

Platz D'Ora 11  
CH-7536 Sta. Maria Val Müstair

31251-10977

## RESTAURANT ZUM DOKTORHAUS

Wir suchen per 1. Mai 2014 in unser Serviceteam aufgestellte und fachkundige

### Service-Fachangestellte (w/m) mit Supervisor-Aufgaben

und vor allem mit viel Freude an einer professionellen Gästebetreuung, einer positiven Ausstrahlung und natürlichem Charme. Englisch- und gute Weinkenntnisse sind von Vorteil.

Wir bieten Ihnen dazu ein attraktives Umfeld mit unserem A-la-carte-Restaurant, den verschiedenen Bankettmöglichkeiten, grossem Saal, Bar/Lounge, Gartenrestaurant und Biergarten.

Unser kulinarisches Angebot reicht von der kreativen Frischmarktlüche über klassisch-traditionell – schweizerisch/international hin zu neuesten Trends.

Wir sind stadtnah und doch ländlich. Möchten Sie aktiv unsere Betriebsatmosphäre mitgestalten, damit sich unsere lokalen und internationalen Gäste bei uns zu Hause fühlen? Senden Sie uns Ihr CV/Foto online oder rufen Sie einfach an. Wir freuen uns auf Ihren Kontakt (Telefon 044 830 58 22, Rita Rita Essig verlangen).

Wirtschaft zum Doktorhaus, Wallisellen  
Rita Essig und Team, E-Mail: [info@doktorhaus.ch](mailto:info@doktorhaus.ch)  
Unseren Betrieb können Sie unter [www.doktorhaus.ch](http://www.doktorhaus.ch) kennen lernen.

31137-10983

## RESTAURANT EGGHOLZLI

Unser Betrieb besteht aus einem gut frequentierten Restaurant mit Terrasse, Atrium und einem Speisesaal, in dem die Bewohnerinnen und Bewohner der Senioren-Appartements Eggholzli mittags verpflegt und abends Bankette abgehalten werden.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab 1. Mai 2014 oder nach Vereinbarung einen

### Commis de Cuisine (m/w)

Engagieren Sie sich gerne kreativ, sind motiviert, flexibel und haben Freude, unsere Gäste kulinarisch zu verwöhnen? Geben Sie gerne Ihr Fachwissen als gelernter Koch im Team weiter?

Dann bieten wir Ihnen ein interessantes, vielseitiges und herausforderndes Aufgabengebiet in einer modernen Infrastruktur zu attraktiven Konditionen. Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an folgende Anschrift:

Restaurant Eggholzli  
Herr Christian Joye, Küchenchef  
Postfach 192, 3000 Bern 15  
Telefon 031 350 66 40

[www.egghoelzli.ch](http://www.egghoelzli.ch) / [info@egghoelzli.ch](mailto:info@egghoelzli.ch)

31245-10971

\*\*\*Hotel Schweizerhof Sta. Maria sucht

## versierten Souschef

Plaz D'Ora 11  
CH-7536 Sta. Maria Val Müstair

31250-10976

UNESCO  
Destination Switzerland

Der Verein UNESCO Destination Schweiz (UDS) bildet das Dach über dem touristischen Netzwerk der Schweizer UNESCO-Welterbestätten und UNESCO-Biosphären. In Zusammenarbeit mit den touristischen Organisationen und der Schweizerischen UNESCO-Kommission fördert und koordiniert die UDS qualitativ hochwertige Erlebnisse. Im Fokus steht ein nachhaltiger, auf den öffentlichen und den Langsamverkehr ausgerichteter Tourismus, immer mit dem Ziel, die aussergewöhnlichen universellen Werte dieser einzigartigen Kultur- und Naturgüter zu vermitteln.

In unserem kleinen Team suchen wir **per 1. Juni 2014** oder nach Vereinbarung eine/n

### Projektleiter/in Angebotsgestaltung (80%)

**Aufgaben und Anforderungen finden Sie unter [www.u-d-s.ch](http://www.u-d-s.ch).**

31253-10963

arcomed ag  
Medical Systems

Wir sind ein Schweizer Unternehmen in der Infusionstechnik. Unsere Kunden schätzen die Schweizer Qualität unserer Produkte, welche den Benchmark in der Infusionstechnologie setzen. Wir bieten einer/einem **Quereinsteigerin/Quereinsteiger** bewusst eine Chance, in einem soliden KMU in der Medizintechnik und einem stabilen Umfeld in der Medizin sich aktiv einzubringen.

Um unser Team zu ergänzen, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Sachbearbeiter/in D/F/E Arbeitszeiten Montag bis Freitag

Ihr Aufgabengebiet umfasst v. a. die Auftragsabwicklung Schweiz und Export, das Erstellen von Offerten und allgemeiner Korrespondenz in D/F/E, die Verkaufunterstützung im Verkaufsinendienst, das Erteilen telefonischer Auskünfte, das Mithelfen bei Marketingaktivitäten sowie die Bedienung der Telefonzentrale und des Empfangs.

Um diese Aufgaben erfolgreich zu bewältigen, verfügen Sie über eine kaufmännische oder gleichwertige Ausbildung, stilsicheres Deutsch, sehr gute Französischkenntnisse sowie gute Englischkenntnisse.

Wir stellen uns eine jüngere, motivierte, zuverlässige und belastbare Persönlichkeit vor, welche auch in hektischen Zeiten die Übersicht nicht verliert. Neben einer guten Einführung in Ihren Arbeitsbereich bieten wir Ihnen eine herausfordernde, vielseitige Tätigkeit in einem internationalen Umfeld.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann senden Sie Ihre Bewerbung (nur Direktbewerbungen) mit Foto an folgende Adresse:

arcomed ag, Frau Susen Akermann, Althardstrasse 150, 8105 Regensdorf, Tel +41 43 388 90 31  
susen.akermann@arcomed.com

31254-10980



Zur Verstärkung unseres Taube-Teams freuen wir uns per sofort oder nach Vereinbarung

auf einen jungen, flinken, initiativen und rüddigen

### Chef de Partie (m/w, 100%)

mit Übersicht, Freude und Flair für Frischprodukte.

Senden Sie bitte Ihre vollständigen Unterlagen an Wirtshaus Taube, z. Hd. Herrn Saemi Honegger, Burgerstrasse 3, 6003 Luzern oder vorzugsweise an [wirtshaus@taube-luzern.ch](mailto:wirtshaus@taube-luzern.ch).

31253-10975



Richard und Yvonne Stöckli  
CH-3812 Wilderswil-Interlaken  
Tel. 033 828 35 50, Fax 033 828 35 51  
[info@hotel-alpenblick.ch](mailto:info@hotel-alpenblick.ch)

**Auf der Suche nach einer neuen Herausforderung?**

Wir suchen: **eine/n Chef de Partie 100%**

Sie haben: ausgezeichnete Fachkenntnisse und Berufserfahrung und erheben einen hohen Qualitätsanspruch an sich selbst. Unser Restaurant Gourmetstübi wurde mit 16 Punkten Gault Millau und 1 Stern Michelin geehrt.

Haben wir Interesse geweckt? Schicken Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung z. H. Herrn Richard Stöckli.

31275-10986



### Rezeptionist/in 100%

Unser 3-Sterne-Hotel liegt inmitten der Bergwelt bei Eiger, Mönch und Jungfrau, zwischen Interlaken und Grindelwald. Eine mit internationalen und Stammgästen gepflegte Restauration.

In unserem Team haben wir eine verantwortungsvolle Stelle neu zu besetzen.

Wir erwarten Pflichtbewusstsein und Hingabe und bieten einen abwechslungsreichen Arbeitsplatz mit Spass und Herausforderungen.

Nebst der allgemeinen täglichen Arbeit in einem kleinen Team erwartet Sie ein Grossteil Korrespondenz in Deutsch, Englisch und Französisch. Wir erwarten Kenntnisse der Hotel-Software Protel oder Fidelio. Sie haben mindestens drei Jahre Erfahrung in ähnlicher Position sowie Administrations- und Reservationsübersicht.

Wir sind ein qualitätsorientiertes und erfolgreiches Unternehmen, welches Ihnen eine gezielte Einführung durch ein motiviertes Team sowie interessante Anstellungsbedingungen bereitet.

Schicken Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung z. H. Herr Richard Stöckli.

**Hotel Alpenblick**, Oberdorfstrasse 3, 3812 Wilderswil  
Tel. 033 828 35 50, [info@hotel-alpenblick.ch](mailto:info@hotel-alpenblick.ch), [www.hotel-alpenblick.ch](http://www.hotel-alpenblick.ch)

31277-10987

Herzlich willkommen im Äusseren Stand!

Wir suchen in Jahres- oder Saisonanstellung folgende Fachleute:

**Küche:**

### CHEF DE PARTIE COMMIS DE CUISINE

Ihre Leidenschaft als Koch, die Sie in den letzten Jahren nach der Lehre schon erfolgreich in guten Häusern einsetzen konnten, möchten Sie in einem vielseitigen Stadt-Restaurant weiterführen und perfektionieren. Unsere Küchenchefin Conny Stucki Hesselner und ihr kleines Team wünschen sich einen tollen Kollegen, der den Kochberuf genauso liebt und lebt wie sie selber.

**Service:**

### RESTAURATIONSFACHFRAU/-MANN

Als ausgewiesene Fachperson, die die Lehre in einem führenden Hotel-Restaurant absolvierte, finden Sie bei uns eine abwechslungsreiche Stelle in einem der führenden Häuser der Bundesstadt. Tranchieren und filetieren ist für Sie eine Freude wie das Empfehlen und Gästeflegen. Zur Abwechslung werden unsere Servicemitarbeitenden im Früh-, Mittel- und Spätdienst eingesetzt, ebenso im Bankettbereich. Wiedereinsteiger/-innen und Teilzeitmitarbeitende sind herzlich willkommen.

Interessentinnen und Interessenten bitten wir um schriftliche Bewerbung mit Foto und handschriftlichem Begleitbrief. Keine telefonischen Auskünfte. Besten Dank.

### RESTAURANT ZUM ÄUSSEREN STAND

Gerhard Liechti, Inhaber  
Zeughausgasse 17  
3011 Bern

Informationen über unseren Betrieb finden Sie unter:  
[www.aeussererstand.ch](http://www.aeussererstand.ch)

31285-10992

Das UniversitätsSpital Zürich ist eines der führenden Spitäler in der Schweiz und macht seinen Wissensvorsprung für alle Menschen nutzbar. Unsere über 8000 Mitarbeitenden begegnen jährlich mehr als 35 000 stationären und 134 000 ambulanten Patientinnen und Patienten mit Wertschätzung und Menschlichkeit. Bei uns finden Sie ein inspirierendes Umfeld für Ihr Wissen und Können.

Für die Abteilung **Gastronomie Küchen** suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Diätkoch/Diätköchin (100%)

#### Ihre Hauptaufgaben

- Zubereitung von schmackhaften Speisen auf allen Posten der Diätküche
- Leiten des Abendservices in der Diätküche
- Betreuung der Auszubildenden
- Einsätze im Kartenbüro mit Listen-Kartendruck, tel. Auskünfte und Eingeben von Spezialmahlzeiten auf Verordnung der Ernährungsberatung
- Arbeiten mit Küchensoftware Sanalogic (Rezeptierung, Produktionslisten und taxieren)
- Persönliche Verantwortung für Sauberkeit, Ordnung und Hygiene im ganzen Küchenbereich
- Aktive Beteiligungen an Teamsitzungen
- Sie halten Richtlinien und Weisungen ein uns setzen Geleertes aus Schulungen und Instruktionen um

#### Ihr Profil

- Ausbildung als Diätkoch/Diätköchin mit eidg. Fähigkeitsausweis
- Einige Jahre Berufserfahrung
- Gute Hand- und Fingerfähigkeit
- PC Kenntnisse
- Selbstständiges Arbeiten, Zuverlässigkeit und Flexibilität
- Teamfähigkeit und Hilfsbereitschaft
- Gute Umgangsformen

#### Unser Angebot

Wir bieten Ihnen eine vielseitige Aufgabe in einer fortschrittlichen Arbeitsumgebung, welche geprägt ist von hoher Qualität, Selbstständigkeit, Flexibilität und Verantwortungsbewusstsein. Sie erhalten die Möglichkeit, gezielte Weiterbildung in Anspruch zu nehmen. Ein motiviertes und engagiertes Team unterstützt Sie dabei in allen Belangen.

**Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Mit Ihrem und unserem Wissen erreichen wir gemeinsam das Beste für unsere Patientinnen und Patienten.**

Ihre vollständigen Unterlagen senden Sie bitte vorzugsweise per Email an:

[willkommen@usz.ch](mailto:willkommen@usz.ch), Frau Tanja Bucher

oder per Post an:

UniversitätsSpital Zürich, Human Resources Management, Frau Tanja Bucher, Schmelzbergstrasse 24, 8091 Zürich.

UniversitätsSpital  
Zürich

[www.usz.ch](http://www.usz.ch)

31235-10964

hoteljob.ch

La piattaforma per  
l'impiego leader nei  
campi dell' industria  
alberghiera,  
della gastronomia  
e del turismo.

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association  
Un servizio di hotelleriesuisse

# DIE GRÖSSTE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE

## IN DER SCHWEIZER HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND DEM TOURISMUS!

htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT VON

**HOTELLERIE“ GASTRONOMIE ZEITUNG**

**AUFLAGE 40.000**

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

### PROFIL

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

htr **hotel revue** **HOTELLERIE“ GASTRONOMIE ZEITUNG**

AUS UND WEITERBILDUNG ..... DIREKTION/KADERSTELLEN ..... DEUTSCHE SCHWEIZ ..... SUISSE ROMANDE  
SVIZZERA ITALIANA ..... INTERNATIONAL ..... STELLENESUCHE ..... IMMOBILIEN

### FACEBOOK ODER GOOGLE+?

Beide sind virtuelle Hängebauchschillinge oder Google+ erweist sich als die neue Plattform für die Suche nach Arbeitgebern. Google+ ist eine soziale Plattform, die sich für die Suche nach Arbeitgebern eignet. Facebook ist eine soziale Plattform, die sich für die Suche nach Arbeitgebern eignet.

**Google+ für Bewerber**  
Google+ ist eine soziale Plattform, die sich für die Suche nach Arbeitgebern eignet. Sie ermöglicht es, sich mit anderen Bewerbern zu vernetzen und sich für Stellenangebote zu bewerben.

**Google+ für Arbeitgeber**  
Google+ ist eine soziale Plattform, die sich für die Suche nach Arbeitgebern eignet. Sie ermöglicht es, sich mit anderen Arbeitgebern zu vernetzen und sich für Stellenangebote zu bewerben.

### PROFIL

#### SO MUSS EIN LEBENS-LAUF AUSSEHEN

11. August  
17. August  
23. August  
29. August  
3. September  
9. September  
15. September  
21. September  
27. September

Das Profil zeigt den Lebenslauf eines Bewerbers mit den wichtigsten Stationen und Erfolgen.

### PROFIL

#### Letzte Food & Beverage

Das Profil zeigt die letzten Tätigkeiten eines Bewerbers im Bereich Food & Beverage.

**SCHAEFER & PARTNER**  
**ABER BRUNNEN**  
**Küchenchef**  
**SSP Switzerland**

**BUCHEN SIE JETZT!**  
Und erreichen Sie Woche für Woche 200.000 Leserinnen und Leser aus dem Schweizer Gastgewerbe!

Gesucht: Salistrater  
Gefunden: [www.hotelmaktplatz.ch](http://www.hotelmaktplatz.ch)

**maktplatz.ch**

### PROFIL

#### HUNDE IM HOTEL - EIN THEMA FÜR SICH

Das Profil zeigt die neuesten Artikel und Themen im Bereich Hotelmanagement.

**gestalten, berechnen und disponieren Sie Ihr Immobilieninserat selber unter [www.htr.ch/immobilien](http://www.htr.ch/immobilien)**

**hotel revue**

## CITY HOTEL

Für unser City-Hotel mit 54 Zimmern, gelegen am wunderschönen Vierwaldstättersee, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

### Leiter/in Administration 100%

#### Ihre Aufgaben:

- Hauptverantwortung im Reservationswesen von Gruppen- und Privatgästen/Protel
- Sämtliche anfallenden Réceptionsaufgaben inkl. Check-in und Check-out der Gäste
- Betreuung unserer internationalen Gruppen- und Privatgäste
- Führung Finanzbuchhaltung sowie Debitoren und Kreditoren
- Mithilfe im Personalwesen sowie Führung der Lohnbuchhaltung
- Mithilfe beim Abschluss der Verträge mit Tour-Operator
- Selbstständiges Erstellen der Arbeitspläne für das Réceptionsteam und die Zimmermädchen

#### Ihr Profil:

Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung im kaufmännischen Bereich und/oder Hotelfach und haben Erfahrung in einer ähnlichen Position. Unregelmässige Arbeitszeiten mit Abend- und Wochenendinsätzen sind für Sie eine Selbstverständlichkeit. Die Sprachen Deutsch und Englisch beherrschen Sie fließend in Wort und Schrift. Ein gepflegtes Erscheinungsbild sowie Belastbarkeit, Teamfähigkeit, Flexibilität und Durchsetzungsvermögen runden Ihre Persönlichkeit ab. Dazu haben Sie ein Gastgeberherz und sind stolz, in unserer Branche Spitzenleistungen zu erbringen.

#### Wir bieten:

Modernes Unternehmen, kreatives Team, toller Arbeitsort, Wertschätzung und den Anforderungen entsprechender Lohn erwarten Sie.

Bei Interesse oder für weitere Informationen melden Sie sich unter Telefon 041 825 10 10 bei Bruno Fanchini oder [info@city-brunnen.com](mailto:info@city-brunnen.com)! Wir freuen uns, Sie kennenzulernen!



Gersauerstrasse 21 CH-6440 Brunnen am Vierwaldstättersee  
Tel. 0041 (0)41 825 10 10 Fax. 0041 (0)41 825 10 11 [info@city-brunnen.com](mailto:info@city-brunnen.com) [www.city-brunnen.com](http://www.city-brunnen.com)

31270-10984



**Rehaklinik  
Bellikon**  
Der Name für UnfallReha

Die Rehaklinik Bellikon setzt Standards mit umfassender Behandlung und Abklärungen von verunfallten Menschen.

Für unsere Küche, die das Patienten-, unser Mitarbeiterrestaurant, die Cafeteria sowie verschiedene Anlässe beliefert, suchen wir **ab 1. Juni 2014 oder nach Vereinbarung** einen

### Chef de Partie Pâtisserie 100% (m/w)

#### Ihre Hauptaufgaben:

- Produzieren von hochwertigen Torten, Feingebäck, Kleinbroten und Süssspeisen
- Herstellen und Anrichten von Desserts im Stil einer gepflegten Gastronomie

#### Unsere Anforderungen an Sie:

- Abgeschlossene Ausbildung als Konditor/in oder Confiseur/in mit einigen Jahren Berufserfahrung
- Hohes Qualitätsbewusstsein und fundierte Kenntnisse im Bereich HACCP
- Kreativität, unter anderem für das Planen neuer Kreationen
- Zielorientierte, strukturierte und verantwortungsvolle Arbeitsweise
- Hohe Einsatzbereitschaft und Motivation für das Ausüben der täglichen Arbeiten
- Freude an der Teamarbeit
- Flexibilität und Belastbarkeit

Nähere Auskunft erteilt Ihnen gerne Herr René Frei, Küchenchef, Telefon +41 56 485 52 31. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an Frau Nicole Balsiger, Leiterin Personaldienst, Rehaklinik Bellikon, CH-5454 Bellikon, oder per E-Mail an: [nicole.balsiger@rehabellikon.ch](mailto:nicole.balsiger@rehabellikon.ch).

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.



Spezialklinik für Traumatologische Akut Rehabilitation, Sportmedizin, Berufliche Integration und Medizinische Expertise Rehaklinik Bellikon, Mürschelstrasse 2, Postfach, CH-5454 Bellikon  
Tel. +41 (0)56 485 51 11, Fax +41 (0)56 485 54 44, [info@rehabellikon.ch](mailto:info@rehabellikon.ch), [www.rehabellikon.ch](http://www.rehabellikon.ch)

**suvacare**  
Sicher betreut

31222-10950

## 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](http://www.hotelleriesuisse.ch)

**Hotel & Gastro Union**

Adligenswilerstrasse 22, 6002 Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

VERLAGE

**htr hotel revue**

Monbijoustrasse 130, 3001 Bern, [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**Hotellerie\* Gastronomie Verlag**

Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern  
[www.hotellerie-et-gastronomie.ch](http://www.hotellerie-et-gastronomie.ch)

LEITUNG

Barbara König / Philipp Bitzer

REDAKTION

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

Hotel Weisses Kreuz Lyss

**Servicemitarbeiter/in**  
Jobcode [hoteljob.ch](http://hoteljob.ch): J78199

Kreuz Gastro GmbH

Marktplatz 15, 3250 Lyss

032 387 07 40, [leuenberger@kreuz-lyss.ch](mailto:leuenberger@kreuz-lyss.ch)

31250-10978

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

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



PC 30-303-5  
[www.swissaid.ch](http://www.swissaid.ch)

**SWISSAID**  
Ihr mutiges Hilfswerk.

SVIZZERA ITALIANA



SWISS DIAMOND HOTEL

Loggano

**Willkommen im Tessin, der mediterranen Terrasse der Schweiz!**

Das Swiss Diamond Hotel Lugano, ein Luxus-Hotel mit 81 Zimmern und Suiten, drei Restaurants, zwei Bars, einem Wellness-Center und Spa, bietet einen sehr persönlichen Service, um allen Bedürfnissen der internationalen Kundschaft gerecht zu werden. In Morcote/Vico Morcote, vor einer herrlichen Bergkulisse gelegen und an einem der schönsten Ufer des Luganersees, befindet sich das Swiss Diamond Hotel mit typischer Schweizer Gastfreundschaft und seinen fünf Sternen in einer einzigartigen Umgebung.

Für unser neues Reservierungsbüro suchen wir ab Mai 2014 eine Sekretärin im Alter zwischen 25 und 40 Jahren (Vollzeitbeschäftigung) für die Leitung unserer Reservierungsabteilung in enger Zusammenarbeit mit unserem Front-Office- und Revenue-Manager.

Die Kandidatin sollte eine motivierte Person sein, die gerne in einem dynamischen Unternehmen arbeitet sowie einen ruhigen und kooperativen Charakter vorweisen kann. Sie sollte ebenfalls in der Lage sein, selbstständig und flexibel organisieren zu können und bereits gute Erfahrungen in einer ähnlichen Position in der Buchung gesammelt haben. Sie sollte über ausgezeichnete Kenntnisse der italienischen sowie englischen und deutschen Sprache verfügen (schriftlich und mündlich, auch Muttersprache wäre willkommen). Wir benötigen oder bevorzugen Erfahrung und Kenntnisse von der Kandidatin mit dem Office-Paket sowie mit den prinzipiellen Online-Buchungssystemen und mit den Opera-PMS-Programmen.

Was wir bieten: ein junges und lebendiges Arbeitsumfeld in einem dynamischen Team, eine unabhängige Tätigkeit in einem wachsenden Unternehmen mit hervorragenden Perspektiven für die zukünftige professionelle Entwicklung. Eine Unterkunft in unserem Personalhaus nur 1,5 km vom Arbeitsplatz entfernt.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung inklusive Lebenslauf mit Foto und Zeugnisunterlagen zu Händen der Personalabteilung unter folgender Adresse:

Swiss Diamond Hotel  
Office of Human Resources  
Riva Lago Olivella  
6921 Morcote  
Tel. 0041 (0)91 735 00 00  
oder per E-Mail an: [hr@swissdiamondhotel.com](mailto:hr@swissdiamondhotel.com)

31249-10975

Schweizer Hotel-Datenbank [www.swisshoteldata.ch](http://www.swisshoteldata.ch)

Das umfassende Hotelverzeichnis  
der Schweizer Hotellerie

**hotelleriesuisse**  
Swiss Hotel Association

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



KEYSTONE

## WELLNESSURLAUB MIT HUND

Die Wellnessbranche wird für erholungssuchende Gäste immer attraktiver. Wellness bedeutet jedoch nicht per se Wachstum. Zusätzliche Umsätze lassen sich in noch nicht erschlossenen Bereichen generieren. Immer mehr Hoteliers erweitern ihre Angebote für Reisen mit Hund. Der Gast auf vier Pfoten ist zwischenzeitlich in sehr vielen Häusern herzlich willkommen, denn er und sein Besitzer sind eine rentable und niveauvolle Nischenzielgruppe. Viele von ihnen reisen besonders gerne in der Vor- und Nachsaison. War früher Wellness mit Hund noch ein absolutes No-Go, orientiert sich heute das Angebot an der Nachfrage. Dabei ist es einerlei, ob der Hotelgast einen ausgedehnten Wellnessurlaub oder ein Wellnesswochenende mit seinem Hund plant. Vielfältige Arrangements bieten mittlerweile eine individuelle Gestaltung und reichen von Wandern & Wellness, Kuschelweekends und Beauty-Packages bis hin zur Deluxe-Auszeit. Viele Häuser offerieren nicht nur Wellness für den Hundebesitzer, auch der Vierbeiner wird mit wohlthuenden Glücksmomenten verwöhnt. Gemäss dem Motto «Mensch und Tier sollen sich ge-

meinsam wohl fühlen.» Natürlich ist nicht jeder Gast ein Hundeliebhaber. Demzufolge legen die Hotelbesitzer selbstverständlich grossen Wert auf das harmonische Zusammenleben von Hundebesitzern und Nicht-Hundebesitzern. Hoteleigene Hunderegeln bilden das Genre für ein unkompliziertes Miteinander. Demzufolge bleibt der Spa-Bereich in den Häusern hundefrei. Diese zauberhaften Wohlfühlloasen sind Frauchen und Herrchen vorenthalten und lassen keine Wünsche offen.

### Angebote für den Hund

Aber auch auf den Vierbeiner warten während der Relaxzeit von Frauchen und Herrchen freudige Stunden. Die Hundebesitzer haben in zahlreichen Häusern die Möglichkeit, vielfältige Angebote für ihre Fellnase zu buchen. Beautyprogramm im Hundesalon, Rücken- und Ganzkörpermassagen, Pfoten- und Ohrenreflexmassagen oder eine kleine Fitness-Runde auf dem Unterwasserlaufband in Begleitung eines Hundephysiotherapeuten steigern die Lebensqualität und die Vitalität der vierbei-

nigen Herrschaften. Die Auswahl ist gigantisch. Einige Hotels arbeiten mit qualifizierten Hundetrainern und Hundesittem zusammen. Mit diesen kann der Besitzer ein individuelles Trainingsprogramm besprechen, einen spassigen Agility-Spielplan für den vierbeinigen Freund verabreden oder einen entspannten Spaziergang in freier Natur buchen. Für den Vierbeiner, der lieber ungeniert die Mittagsruhe geniessen möchte, steht das lauschige Hundebett, welches er für die Zeit während des Aufenthalts vom Haus für seine kuschligen Stunden erhält, auf dem Zimmer für ein Schäferstündchen bereit.



Sabine Sinzig  
Urlaub mit Hund  
holidays-with-pets.com

### Arosa

An guter, sonniger und ruhiger Lage, mit unverbaubarer Bergsicht zu verkaufen

### Hotelliegenschaft im Arvenstil

praktisch mitten im Skigebiet, idealer Ausgangspunkt für Wanderungen.

Erfahren Sie mehr über das spezielle Hotel in Innerarosa.

Immobilien-Treuhand M. Wetzel  
Tel. +41 71 460 01 41  
mwetzel@immowetzel.ch  
www.immowetzel.ch

31227-10961

### HESSER

#### Unternehmensberatung

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen, vermieten oder suchen Sie einen Betrieb - benötigen Sie Ideen für eine Umsatzsteigerung, eine Kostenoptimierung - eine Zweitmeinung zu einer Investition, einem Rechtsproblem, einer Nachfolgelösung u.a.m., wir sind seit 40 Jahren die diskreten Spezialisten.

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

30238-10076

Liegenschaften verkaufen –  
neu auch online

[www.htr.ch/immobilien](http://www.htr.ch/immobilien)

htr hotel revue

## DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

### Schenken Sie Ferien.

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



PC 40-1855-4  
[www.denkanmich.ch](http://www.denkanmich.ch)

