

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 21-22

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 10.08.2025

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



Auffahrt

Die nächste Ausgabe der htr hotel revue erscheint am 5. Juni 2014.

Kooperation

Hotellerie, Gastgewerbe und Tourismus wollen nach dem Nein zur Mindestlohn-Initiative eine gute Sozialpartnerschaft in der Branche pflegen.

Seite 2 und 8

Innovation

Winzer und Touristiker im Lavaux sind nach dem Nein zur Weber-Initiative motiviert, mit neuen Projekten den Önotourismus in der Region zu fördern.

Seite 9

Expansion

Die ZFV-Unternehmen konnten im Geschäftsjahr 2013 ihren Expansionskurs fortsetzen. Das grösste Wachstum verzeichnete die Gruppe in der Hotellerie.

Seite 15

Inhalt

aktuell	2-4
people	5
cahier français	6-10
fokus	11-13
caterer & service	15-16
dolce vita	17-20

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

1002893
Schweiz
Nationalbibliothek
Periodikendienst
Heliwegstrasse 15
3005 Bern

BO07
06/9/9

Milestone. Tourismuspreis Schweiz 2014

Grundstein gelegt



Schauplatz der diesjährigen Milestone-Lancierung und selbst ein Milestone-Gewinner: Die Umwelt Arena Spreitenbach.

Innovation im Tourismus hat einen Namen: Milestone. Mit der öffentlichen Ausschreibung ist der diesjährige Wettbewerb lanciert.

GERY NIEVERGELT

Diesen Mittwoch war es in der Umwelt Arena Spreitenbach so weit: Anlässlich des traditionellen Milestone Innovation Day, dem Get-together der Preisträger und Nominierten der vergangenen Jahre, wurde der Grundstein für den Milestone 2014 gelegt. Die öffentliche Ausschreibung ist lanciert, der Wettbewerb um den renommierten Innovationspreis der Schweizer Tourismusbranche hat auf Neue begonnen.

Allerdings gibt es bei der mittlerweile 15. Austragung auch Neuerungen. So wurde das Bewerbungsverfahren in den Kategorien «Herausragendes Projekt» und «Umweltpreis» aktualisiert und technisch vereinfacht. Grundlegend anders sind die «Spielregeln» beim «Nachwuchspreis». Ausgezeichnet werden nicht mehr Projekte, sondern von Mentoren begleitete, innovative junge Persönlichkeiten.

Den Milestone für das Lebenswerk beruft weiterhin die fünf-

köpfige Jury, in neuer Zusammensetzung mit dem Romand Michel Ferla, Ex-Vizedirektor von Schweiz Tourismus, und Daniel F. Lauber, Hotelier im Zermatter Cervo. Jurypräsidentin bleibt die Unternehmerin Barbara Rigassi.

Die Ausschreibung läuft bis zum 29. August; verliehen werden die Preise am 11. November 2014 im Kursaal Bern.

Teilnahmebedingungen und Bewerbung unter
www.htr-milestone.ch

Kommentar

Am Berg spitzt sich der Wettbewerb der Modelle zu



ALEX GERTSCHEN

Wer zahlt, befiehlt. Das klingt kühl. Wenig sympathisch. Und doch verlockend, zumindest in den Ohren eines manchen alpinen Touristiklers. Das Bergerlebnis droht zum Ladenhüter zu verkommen – nicht zuletzt, weil viele Bergbahnen finanziell angeschlagen und damit als natürliche Führungsakteure geschwächt sind. Der Führung aber bedarf ein attraktives, von vielen Leistungsträgern hergestelltes Bergerlebnis.

Die im «fokus» aufgegriffene vertikale Integration ist auch aus diesem Grund attraktiv: In ein und demselben Unternehmen muss Kooperation entlang der touristischen Wertschöpfungskette nicht erbeten, sondern sie kann angeordnet werden. Auch wenn sich noch nicht alle Beispiele auf dem Markt bewährt haben: Die Bergbahnen in Brigels, Engelberg, Flims-Laax und Saas-Fee zeigen, welche Dynamik eine vertikale Integration in einer Destination auslösen kann.

Bedarf das Bergerlebnis «aus einer Hand» wirklich, wie von Bergbahnvertretern postuliert, einer Kapitalverflechtung der Leistungsträger? Es ist eine steile, beinahe vertikale These. Nur in wenigen Destinationen findet sich eine Bergbahn, ein institutioneller oder privater Investor mit der Kraft, um diese Verflechtung zu bewerkstelligen. Zudem entspricht die Vielfalt autonomer Leistungsträger dem Wesen des hiesigen Bergtourismus. Der Wettbewerb der Destinationsmodelle spitzt sich zu.

«fokus», Seite 11 bis 13

Täglich aktuell:
www.htr.ch

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



9 771662 334000 21

ANZEIGE

ÖV-Kampagne

Postauto im Pärke-Look auf Schweizer Tournee

Ein speziell gestaltetes Postauto soll dazu anregen, mit dem ÖV zu Schweizer Naturparks zu reisen: Postauto Schweiz und das Netzwerk Schweizer Pärke haben am Montag eine entsprechende Kampagne lanciert. Sie wollen dabei vom 100-Jahr-Jubiläum des Nationalparks profitieren. «Bus alpin» bleibt wichtiger Anbieter vor Ort. I

Seite 4



Kreation vom spanischen Spitzenkoch Angel León.

Kochsymposium «Chef Alps 2014»

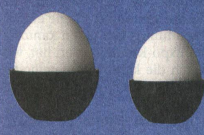
Hochkarätige Naturküche in Zürich

Erfolgreiche Bilanz für die dritte Ausgabe von «Chef Alps»: Über 1300 Besucherinnen und Besucher reisten an das internationale Koch- und Fachsymposium, das letzten Sonntag und Montag in Zürich-Oerlikon stattfand. Das Publikum aus viel Kochprominenz, F&B-Experten, Fachmedien und interessierten Hobbyköchen kam in den Genuss

inspirierender Live-Präsentationen von acht Spitzenköchen und einem Meisterpatissier. Im Fokus standen dabei spannende Ansätze von moderner, avantgardistischer Naturküche. Neben den Kochshows bot eine Markthalle mit Branchenausstellungen zudem Gelegenheit zum Networking.

Seite 20

Gesucht:
Eierbecher
Gefunden:
www.hotelmarktplatz.ch



hotel marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

Jet-Cut
swiss made
blitzschnell glatte Folienabschnitte
economisiert die Profi-Arbeit
aluster *Beckhater* Jet-Cut
Ihr Grossist hat's

Wir machen Hotels erfolgreicher.
rebagdata
hotel management solutions 044 711 74 10 • www.rebag.ch
hotelleriesuisse
protel

75 Jahre
Jilly
CAFE
Gourmet
www.jillycafe.ch

Lager im Griff?
Lagerbewirtschaftungs-Software
fideGastro für Gastronomie,
Catering, Event. So weiss man
im Lager, was an der Kasse geht.
www.fidevision.ch

Aus der Region

Mittelland

Aargau als eigene
Tourismusregion
wahrnehmen

Der Regierungsrat des Kantons Aargau beantragt bei Schweiz Tourismus die Bildung einer Tourismusregion Aargau. Damit will er die Wahrnehmung des touristischen Aargaus stärken. Der Kanton Aargau verfüge über ein vielseitiges touristisches Angebot. Der Kanton ist bisher auf vier Tourismusregionen aufgeteilt: Basel, Bern Region, Zürich Region und Luzern-Vierwaldstättersee. Die Inbetriebnahme der neuen Tourismusregion ist auf Anfang 2015 geplant.

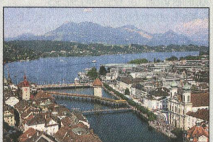
Solothurner
Tourismuspreis
geht nach Olten

Die Stadttheater Olten AG und die Organisation Olten Meetings sind gemeinsam mit dem Tourismuspreis 2014 des Kantons Solothurn ausgezeichnet worden. Ausschlaggebend war für die Jury die Kombination einer innovativen Vermarktungslösung (Olten Meetings) in Zusammenarbeit mit einem etablierten Partner und dessen Leistungsausweis (Stadttheater Olten AG). Der Tourismuspreis des Kantons Solothurn ist mit 5000 Franken dotiert.

Zentralschweiz

Gastro Schwyz
will Wirteprüfung
wieder einführen

Nach Meinung von Gastro Schwyz soll im Kanton Schwyz die Wirteprüfung wieder eingeführt werden. Damit will der Branchenverband gegen schwarze Schafe in den Küchen vorgehen. Im Jahr 1997 hatte der Kanton den Fähigkeitsausweis für Wirte abgeschafft. In der Zentralschweiz ist in den Kantonen Luzern, Ob- und Nidwalden ein Wirtepatent obligatorisch. Abgeschafft wurde es in Zug, Schwyz und Uri.

Luzern Tourismus
blickt auf ein
gutes Jahr zurück

Bezüglich der Übernachtungszahlen hat die Luzerner Tourismus AG (LTAG) das Jahr 2013 erfreulich abgeschlossen. In der Stadt Luzern wurden im vergangenen Jahr 1,176 Mio. Übernachtungen gezählt, was eine Zunahme von 3% und ein Rekordergebnis bedeutet. Für das gute Abschneiden seien vor allem die Gäste aus Nordamerika verantwortlich. Die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee verzeichnete 3,4 Mio. Logiernächte, ein Plus von 2,9% gegenüber dem Vorjahr. In der Region schlossen insbesondere die Fernmärkte erfreulich ab, das



Sozialpartnerschaftlich will das Gastgewerbe auch in Zukunft seinen Weg beschreiten.

FotolEdhar/Fotolia.com

Gestärkte Partner

Hotellerie, Gastgewerbe und Tourismus sind nach dem Nein zur Mindestlohn-Initiative erleichtert. Man setzt auf die Fortsetzung der Sozialpartnerschaft.

DANIEL STAMPFELI

Mit der Ablehnung der Mindestlohn-Initiative am vergangenen Wochenende wurde die bestehende Sozialpartnerschaft unter den Branchenverbänden bestätigt und gestärkt, stellt Urs Masshardt, Direktor der Hotel & Gastro Union fest. Für die Arbeitnehmer-Organisation stehe ganz klar die Weiterführung und Weiterpflege der Sozialpartnerschaft im Vordergrund. Urs Masshardt wertet das Nein vom vergangenen Wochenende jedoch auch nicht grundsätzlich als Absage an den Mindestlohn, sondern an einen einheitlichen flächendeckenden Mindestlohn. Als Schutz gegen Lohndumping

werde der Mindestlohn ein Thema bleiben, doch müsse dieser branchenspezifisch diskutiert werden. Reaktionen von allenfalls mit dem Abstimmungsergebnis unzufriedenen Arbeitnehmern seien laut Masshardt bei der Hotel & Gastro Union keine eingegangen.

Schwächung der Wettbewerbsfähigkeit verhindert

Erleichtert gibt sich hotellerie-suisse-Präsident Guglielmo L. Brentel: «Das Nein des Stimmvolks bekräftigt den bewährten Weg der Branche, Mindestlöhne gemeinsam mit den Sozialpartnern auszuhandeln und die Aus- und Weiterbildung zu fördern.» Auch für Brentel ist klar: «Die

Branche sieht sich bestärkt, den bewährten sozialpartnerschaftlichen Weg auch künftig weiterzuführen.» Wenn die Initiative angenommen worden wäre, hätten staatliche vorgeschriebene Mindestlöhne in vielen Betrieben einen Kostenschub ausgelöst, der die Beschäftigungschancen von niedrig qualifizierten Arbeitskräften eingeschränkt und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche geschwächt hätte.

Auch der Schweizer Tourismus-Verband spricht von Erleichterung. Die gut funktionierende Sozialpartnerschaft – und die damit in Zusammenhang stehende Konkurrenzfähigkeit des schweizerischen Wirtschaftssystems – könne in bewährter Art

und Weise weitergeführt werden. Der seit Langem bestehende und in Zusammenarbeit von Arbeitnehmenden und Arbeitgebern laufend weiterentwickelte L-GAV, der grosses Gewicht auf die Weiterbildung legt und damit jedem Arbeitnehmenden den Zugang zu einem höheren Lohn via Weiterbildung erleichtert, werde weiterhin für Ausgewogenheit sorgen.

Auch die hohe Arbeitsmarktbeteiligung und die niedere Arbeitslosenrate, wie sie sonst in wenigen andern Ländern zu finden sind, seien nun nicht infrage gestellt. Die Stimmbürger hätten «ein starkes Zeichen der Vernunft gesetzt», kommentiert Gastrosuisse-Präsident Klaus Künzli. Dass das Modell der Sozialpartnerschaft funktioniert, beweise der Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes. Er garantiere faire Anstellungsbedingungen gemäss den wirtschaftlichen Möglichkeiten, und das Gastgewerbe habe punkto Arbeitsbedingungen in den letzten Jahren einen gewaltigen Effort geleistet.

Kanton Wallis: zweimal Nein zu Mindestlöhnen

Die Walliser Stimmberechtigten mussten neben der eidgenössischen Mindestlohn-Initiative auch über eine kantonale Vorlage für einen Mindestlohn von 3500 Franken (bei 13 Monatslöhnen) befinden. Beide Vorlagen wurden klar abgelehnt. Der Walliser Staatsrat weist darauf hin, dass der Kanton Wallis schon lange und auch während der Kampagne versucht habe, zusammen mit den Sozialpartnern die Lohnbedingungen jener Branchen mit den niedrigsten Löhnen zu verbessern. «Die Walliser Regierung wird auch in Zukunft diesen Weg beschreiten», schreibt der Walliser Staatsrat in einer Medienmitteilung.

Laut Markus Schmid, Präsident der Walliser Hoteliers, habe unter anderem die mit dem Mindestlohn verbundene Erhöhung der Lehrlingslöhne zum deutlichen Nein geführt. Diese Anpassung wäre zwar für das Gastgewerbe kein Problem gewesen, aber für viele andere Wirtschaftszweige.

Gebirgslandeplätze polarisieren

Der Bundesrat hat das Überbrückungsverfahren für Gebirgslandeplätze gestoppt. Dies kritisieren Mountain Wilderness, der SAC sowie der Tourismusort Zermatt.

DANIEL STAMPFELI

Die seit mehr als zehn Jahren dauernde Überprüfung der Gebirgslandeplätze habe zu keinem befriedigenden Ergebnis geführt, teilt das Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) mit. Es bestünden unüberbrückbare Differenzen zwischen der Haltung der Direktbetroffenen. So sah sich der Bundesrat veranlasst, den Überprüfungsauftrag aus dem Sachplan Infrastruktur der Luftfahrt (SIL) zu stoppen. Die Zahl der möglichen Gebirgslandeplätze in der Schweiz soll aber von heute 48 auf 40 reduziert werden. Heute werden 42 Gebirgslandeplätze für Helikopter



Zermatt hat mit dem SAC eine Lösung gesucht.

Air Zermatt

und Flächenflugzeuge betrieben. «Für uns ist dieser Entscheid fatal, er zementiert den Status quo der 1990er-Jahre», sagt Katharina Conradin, Geschäftsleiterin von Mountain Wilderness Schweiz. Auch der Schweizer Alpen-Club SAC kann den Entscheid nicht verstehen. «Mit Bedauern und Enttäuschung» reagiert die Tourismusregion Zermatt. Denn eine einvernehmliche Lösung für das Gebiet Zermatt liege auf dem Tisch. Auf Initiative des SAC hätten seit Herbst 2013 diverse Gespräche mit Vertretern von Zermatt stattgefunden. Ohne die

Teilnahme des BAZL wurden für die Region Zermatt, namentlich für den Gebirgslandeplatz Monte Rosa, Lösungen ausgearbeitet, die sowohl die Aspekte des Tourismus als auch des Umwelt- und Ruhschutzes berücksichtigen. Das BAZL und später auch das UVEK seien über den Prozess und auch über den Umstand, dass bald eine Lösung auf dem Tisch liege, rechtzeitig informiert worden. Zermatt will die Gespräche mit dem SAC weiterführen und gemeinsam versuchen, den Bundesrat von den erarbeiteten Lösungen zu überzeugen.

Weltpremiere in der Hotellerie- und
Gastgewerbeausbildung

Masterausbildung mit drei aufeinanderfolgenden Semestern auf drei verschiedenen Kontinenten

Die Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), die an die Polytechnische Universität Hongkong angeschlossene School of Hotel and Tourism Management (SHTM) und das Conrad N. Hilton College of Hotel and Restaurant Management der Universität Houston (CNHC) wollen einen dreigliedrigen Master of Science in «Global Hospitality Business» lancieren. Zu diesem Zweck haben Vertreter der drei Partner eine Absichtserklärung unter-

zeichnet. Der Master erlaubt den Studenten, ihre Studienzeit von drei aufeinanderfolgenden Semestern auf drei verschiedenen Kontinenten zu absolvieren. Am Ende des Studiums erhalten sie von der Universität, an der sie sich zu Anfang für ihr Studium immatrikuliert haben, einen Master of Science in Global Hospitality Business und zwei Urkunden der Partneruniversitäten sowie drei Berufsausbildungszeugnisse. dst

Endstation für TrenHotel

Das geplante Liegwagenhotel in Chiasso während der Expo 2015 scheitert in einer Referendumsabstimmung.

Die Umnutzung von Bahnliegwagen als temporäres Hotel am Bahnhof Chiasso war das bisher konkreteste Tessiner Projekt für die Weltausstellung Expo 2015 in Mailand (btr vom 3.4.2014). Doch aus dem Vorhaben, das auch die SBB und Schweiz Tourismus unterstützten, wird nichts. Die

Stimmbürger von Chiasso haben am Wochenende die Kreditbotschaft des Stadtrats in einer Referendumsabstimmung mit 70 Prozent Nein-Stimmen deutlich gebodigt. Zu gross waren die Zweifel, ob das TrenHotel den gewünschten Erfolg bringt. Zu gross die Ängste, dass Chiasso am Ende einen grösseren Anteil an den Gesamtkosten von 3 Mio. Franken tragen müsste, als geplant.

«Immerhin ein Drittel sagte Ja», versuchte Lega-Stadträtin Roberta Pantani, treibende Kraft für das Projekt, das Resultat schönzureden. Denn die Lega in

Chiasso war schlussendlich mit der Unterstützung des TrenHotel alleine geblieben, nachdem die FDP vom Zug abgesprungen war. Verantwortlich dafür war ausgerechnet die Lega-Mutterpartei, die auf kantonaler Ebene ein Referendum gegen einen kantonalen Expo-Kredit lanciert hat, wodurch die kantonale Beteiligung am TrenHotel infrage gestellt wurde.

Eine vom Stadtrat beschlossene Verschiebung der Referendumsabstimmung war durch das Verwaltungsgericht gestoppt worden. gl

Troubleshooter mit asiatischer Gelassenheit



«Jeder freut sich, dem Hotelier die Unterlagen auf den Tisch zu legen und ihm viel Spass und Erfolg zu wünschen.» Robin Deb im Novotel-Rohbau in Basel. Daniel Stampfli

Robin Deb bereitet in Basel den Start zweier Accor-Hotels vor. Eine Herausforderung im Spannungsfeld von Bauwirtschaft und Investoren für den asienerprobten Hotelier.

DANIEL STAMPFLI

Robin Deb, Sie führten zuletzt während drei Jahren ein Sofitel-Hotel in Thailand und zuvor ein Resort in Bali. Was hat Sie dazu bewogen, nach dem angenehmen Job in Asien den aktuellen, knochenharten Job anzunehmen? Die Rückkehr in die Schweiz hat auch familiäre Gründe. Natürlich war das spannende Projekt massgebend. Mit unseren zwei kleinen Kindern wollten wir zurück zu unserer Familie und zu unserem sozialen Netzwerk in der Schweiz. Sonnenschein, Strand und Meer sind zwar schön, aber während der langen Zeit in Asien leidet das eigene soziale Netzwerk.

Können Sie in irgendeiner Weise bei Ihrer heutigen Aufgabe von Ihrer vorherigen Funktion profitieren?

Auf jeden Fall. Mit jeder Tätigkeit wird man reicher an Erfahrungen. Dies hilft einem, die kommenden Aufgaben besser meistern zu können. Etwas sehr Wichtiges, was ich in den vergangenen Jahren in Asien gelernt habe, ist, viel Geduld zu haben. Es funktioniert zwar in Asien immer alles, aber bis es so weit ist, braucht es eine gute Portion Geduld. Man kommt mit seinem europäischen, auf Zielorientierung ausgerichteten Managementstil in Asien an, weiss dann aber spätestens nach sechs Monaten, dass dies so nicht funktion-

niert. Diese Phase ist für die weitere Zukunft sehr lehrreich, da man in der Folge die Dinge langsamer und bedachter angeht. Man geht vor allem viel stärker auf die Bedürfnisse der Leute ein.

Und diese Erfahrung können Sie jetzt einbringen? Genau. Gerade im Netzwerk mit Stakeholdern und in einem Projekt, bei welchem viele Menschen aus den verschiedensten Berufsgruppen zusammen funktionieren müssen, ist dies von grossem Nutzen.

Nehmen Sie hier auf der Baustelle quasi die Funktion des Bauherrn wahr? Die Handwerker aufeinander abstimmen und koordinieren ist Aufgabe des Bauleiters. Ich hingegen sehe mich als Drehscheibe zwischen Investoren, der Accor-Gruppe und der Bauleitung. Im Prinzip bin ich auf der Baustelle die gestresste Person, denn ich trage die Verantwortung, indem ich alles koordinieren muss. In den ersten anderthalb Jahren eines derartigen Projektes sitzen Architekten, der Hotelkonzern und Banker zusammen. Der Hotelier kommt erst sechs Monate vor Eröffnung dazu. Jeder freut sich dann, diesem Hotelier die Unterlagen auf den Tisch zu legen und ihm viel Spass und Erfolg zu wünschen.

Zur Person Nach mehreren Jahren Asien am Rheinknie

Robin Deb (39) ist von Accor mit der Eröffnungsvorbereitung der beiden neuen Hotels Novotel und Ibis in Basel beauftragt worden. Die beiden Betriebe mit total 350 Zimmern werden im September 2014 eröffnet. Zuvor war Deb, der Däne, Inder und Schweizer ist, während mehrerer Jahre General Manager des weltweit ersten «Pullman Resort» in Bali sowie von Sofitel-Hotels in Bali und im thailändischen Krabi. In früheren Jahren war Robin Deb, der die Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich absolviert hatte und an der ESSEC in Paris studierte, in verschiedenen Hotels in der Schweiz tätig.

Was ist genau Ihre Aufgabe in den sechs Monaten seit Stellenantritt bis zur Eröffnung?

Wir übernehmen von der Bauleitung den Rohbau. Ich muss die Möbelleinrichtungen organisieren. Dazu gehört auch alles fürs Operationelle Notwendige, sei dies Besteck, Badetücher, Bettwäsche, Seife usw. Dies alles muss organisiert werden. Das Wichtigste ist jedoch die Zusammenstellung des Teams. Mit der Selektion der Mitarbeitenden, ein langer Prozess, beginne ich jetzt. Als Erstes werden die Schlüssel-

positionen besetzt, wie Cheftechniker, die Nummer zwei fürs Ibis und fürs Novotel sowie alle Abteilungsleiter. Bereits jetzt beginnen wir mit Sales und Marketing, das heisst, der Verkauf wird lanciert. Die Hotels gehen schon online, es ist also jetzt möglich, für die Eröffnung im September zu buchen.

In Basel arbeiten relativ viele Grenzgänger. Spielt dies bei der Personalrekrutierung eine Rolle?

Wir sind ein multinationaler Konzern und rekrutieren unabhängig von Herkunft und Geschlecht, selbstverständlich im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten. Da wir natürlich die Stadt Basel und die Drei-Länder-Region mit allen Kräften fördern möchten, richten wir ein spezielles Augenmerk auf motivierte Fachleute aus der Region.

Robin Deb bereitet für Accor zwei Hotels in Basel vor

mit allen Kräften fördern möchten, richten wir ein spezielles Augenmerk auf motivierte Fachleute aus der Region.

Wie gross ist Ihre Freiheit bezüglich Wahl der Einrichtung? Die Accor-Betriebe sind doch innerhalb der gleichen Marke alle vollständig standardisiert.

Es bestehen zwar Vorgaben betreffend Zimmereinrichtung. Etwas anders sieht es im Bereich Food & Beverage aus. Da kann man ein Konzept auswählen und es anpassen. Ich weiss zwar, wie es aussehen soll, muss aber die einzelnen Lieferanten bestimmen. Für jedes Produkt besteht meist eine Auswahl zwischen fünf bis zehn Lieferanten.

Sie können also Ihre Lieferanten nicht frei wählen?

Doch, aber mit Einschränkungen. Accor hat in Europa ein Referenzsystem, das heisst eine gewisse Anzahl an bevorzugten Lieferanten, die gute Konditionen bieten. Wir versuchen nach bestem Wissen und Gewissen, mit diesen Lieferanten zusammenzuarbeiten. Zum Zug kommt die beste Offerte. Diese Aufgabe wird durch die Vorgabe der Standardisierung erleichtert.

Oder macht es langweilig, da eigentlich das Meiste vorgegeben ist und nicht nach eigenen Vorlieben ausgewählt werden kann.

Für Einzelne kann dies eine Einschränkung sein. Komme ich aber erst sechs Monate vor Eröffnung an Bord, bin ich persönlich froh über die vorhandenen Richtlinien.

Welches sind für Sie die grössten Herausforderungen bis zur Eröffnung im September?

20 bis 30 Prozent aller Vorbereitungen lassen sich planen, der Rest kommt irgendwie auf mich zu. Die grösste Herausforderung ist sicher die Koordination. Ein Beispiel für Unvorhergesehenes: Sämtliche Möbel für das erste Stockwerk wurden geliefert. Auch die Installateure aus der ganzen Schweiz sind bereits vor Ort. Der Teppich, der zuerst verlegt werden muss, wurde aber noch nicht geliefert. Da solche Probleme schnell einmal hohe Kosten verursachen, müssen die Abläufe einfach bis ins Letzte stimmen. Die Koordination zwischen Bau, Hotelleitung und Lieferanten auf den Tag X präzise zu schaffen, ist ziemlich die grösste Herausforderung.

Erleben Sie neben Pannen wie Lieferverzögerung hin und wieder auch Überraschendes?

Für Kurioses sorgen immer wieder die Bauarbeiter. Arbeiten sie während sechs Monaten auf einer Baustelle, richten sie sich eine komplette Infra-

«20 bis 30 Prozent aller Vorbereitungen lassen sich planen, der Rest kommt irgendwie auf mich zu.»

Robin Deb künftiger GM von Novotel und Ibis in Basel

struktur ein. Auf dem Bauplatz treffe ich Schlafplätze, eine Küche, Wäscheleinen, eine Art Fitnessstudio oder Wellnessbereich an. Also ein komplette provisorische Inneneinrichtung innerhalb eines Hotels.

Wenn die beiden Betriebe Novotel und Ibis im September eröffnet sind, werden Sie deren General Manager oder gehen Sie wieder auf Wanderschaft?

Ich möchte mit meiner Familie länger hier bleiben und werde die Hotels als General Manager führen.

In Basel werden derzeit laufend Hotels mit insgesamt mehr Bettenkapazität eröffnet. Kann Basel diese Kapazitäten überhaupt verkraften?

Ja, sicher. Basel hat noch viel Spielraum für zusätzliche Hotelbetten. Neue Angebote werden aber auch zu einem Preisdruck führen, was durchaus positiv für den Innovationszyklus ist. Bestehende Hotels werden herausgefordert, ihre Produkte innovativer zu gestalten.

Standpunkt

Vorsicht vor Marketing-Gags im Wellness-Angebot



CORINNE DENZLER *

Ich liebe den Austausch mit Journalisten, insbesondere mit denjenigen, welche sich gut in der Hotelszene auskennen und bereichernde Inputs von ihren Reisen erzählen. Aber im Verlaufe dieser Interviews kommt irgendwann immer der Punkt, wo ich mich schlagartig verkrampe. Nämlich dann, wenn ich gefragt werde: «So, was haben Sie denn Neues auf Ihrem Spa-Menü?» Es ist ja erfreulich, wenn das Gegenüber davon ausgeht, dass man auch für Innovation im

«Sind wir nicht glücklicher, wenn die Schmerzen im Kreuz weg sind, als wenn wir von Kopf bis Fuss nach Schokolade riechen?»

Spa-Bereich steht. Aber ich bin ein bisschen gestresst, wenn Journalisten meinen, dass wir nun regelmässig eine Riesen-Innovation auf den Markt bringen, die ebenso wertvoll ist wie eine Jahrtausende alte Ayurveda-Anwendung oder eine medizinische Pedicure, deren Wirkung ja unbestritten ist.

Wellness ist ein grosses Thema in unserer Gesellschaft, und alle lesen gerne Neuigkeiten dazu, das ist mir bewusst. Aber – unsere Gäste wollen eine nachhaltige, wohltuende Behandlung und keine Marketing-Gags. Oder wie sollen wir sonst erklären, dass die gute alte, klassische Massage nach wie vor der Verkaufsfrenner ist? Sind wir nicht glücklicher, wenn die lästigen Schmerzen im Kreuz weg sind, als wenn wir von Kopf bis Fuss nach Schokolade riechen?

Wir bleiben am Ball und rekrutieren Therapeuten, die breite Ausbildungen haben. Wir stellen aber fest, dass der Trend zur Physiotherapie grösser ist als die Nachfrage nach dem letzten Schrei aus den USA. Ich kann gut damit leben, vielleicht nicht das verrückteste Spa-Menü zu haben – der zufriedene Gast steht im Mittelpunkt.

* Corinne Denzler ist Verwaltratsdelegierte der Tschuggen Hotel Group.

ANZEIGE

Ruepp & Partner ?!



Durch die Zusammenarbeit mit der Ruepp & Partner AG sind aktuelle Finanz- und Betriebskennzahlen eine Selbstverständlichkeit. Wir können so den Betrieb nachhaltig und effizient führen.

Helmut Schattauer
HHR AG

Ruepp & Partner AG
www.ruepp.ch

Aus der Region

**Graubünden
Chur Tourismus
zieht eine
positive Bilanz**

In Folge einer leichten Erholung der Logiernächtezahlen für die Stadt Chur (+4%), mehr selbst-erwirtschafteten Erträgen, dem Erfolg des ersten Ride-Mountainbike-Kongresses sowie neuer Kooperationen konnte Chur Tourismus im Jahr 2013 die Ausgaben für Marketingaktivitäten um 23% steigern. Mit einem Selbstfinanzierungsgrad von 52% stehe die Organisation auf gesunden Beinen, wurde an der Generalversammlung erklärt. Als neuer Delegierter der Stadt tritt Tom Leibundgut die Nachfolge von Christian Boner im Vorstand an.

**Neue Linie
übers Stilferjoch
nach Tirano**

Postauto Schweiz nimmt eine neue Sommersaisonlinie zwischen Graubünden und Italien in Betrieb. Von Juli bis Oktober wird das Postauto von Münstair über den Umbrailpass und das Stilferjoch nach Tirano fahren und 2300 Höhenmeter überwinden. Die Linie, ein Zusammenschluss dreier vorhandener Sommerlinien, bietet die Möglichkeit einer Rundreise in Kombination mit der Rhätischen Bahn.

Basel**Die Idee
«Leuchtturm»
wird konkreter**

Der «Leuchtturm» soll als neues Wahrzeichen von Basel den Namen der Stadt vom Dreiländereck aus in die Welt tragen. Dies ist zumindest die Vision der Initianten. Das Gebäude soll mit einer Höhe von 132 Metern 26 Stockwerke umfassen und ein Hotel, zwei Restaurants, Büro- und Sitz- sowie Aufenthaltsräume beherbergen. Für das Hotel soll Hilton bereits Interesse bekundet haben, so die Pro Leuchtturm Basel AG. Am 10. Juni wird das Projekt einer breiteren Öffentlichkeit vorgestellt, das

ANZEIGE

Qualität aus Familienhand

Saft vom Fass naturtrüb aus dem Eichenfass sowie klare Apfelweine (mit und ohne Alkohol) sind Spezialitäten für Ihre Gäste und passen zu jedem Essen.

Unsere natürlichen Apfelsäfte keltert man ausschliesslich aus Äpfeln der Ostschweiz. Wir kennen die Lieferanten persönlich. 60 Mitarbeitende geben ihr Bestes für eine hochstehende Safterstellung. Wir stehen ein für Qualität, Tradition und langfristige Arbeitsplätze.



MÖHL Tradition seit 1895
Apfelsäfte
Mosterei Möhl AG, 9320 Arbon

Mit dem öV in die Pärke

**Auf Promotionstour:
Seit dieser Woche
will ein speziell
gestaltetes Postauto
Lust auf Reisen in die
Schweizer Pärke
machen. Wichtiger
Anbieter vor Ort
bleibt Bus alpin.**

THERES LAGLER

Aussen zeigt es Bilder der Schweizer Pärke, innen gehen die Fahrgäste auf einem Boden mit Wiesensymbolen und finden eine Info-Tafel zu den Pärken: Das speziell designte Postauto wurde am Montag auf dem Bundesplatz in Bern enthüllt. Es steht für eine neue Partnerschaft zwischen dem Netzwerk der Schweizer Pärke, der Postauto Schweiz AG und dem Bundesamt für Umwelt (Bafu). Das Fahrzeug soll dazu anregen, mit dem öffentlichen Verkehr in die 20 Parkregionen der Schweiz zu reisen. Aktuell sind 16 Pärke in Betrieb. Vier weitere befinden sich in der Errichtungsphase: Es sind dies die Nationalpärke Adula (GR/TI) und Locarnese (TI) sowie die regionalen Naturpärke Neckertal (SG/AR) und Schaffhausen.

**Die drei Partner wollen das
Nationalpark-Jubiläum nutzen**

«Das Jahr 2014 eignet sich besonders gut für diese Kampagne, weil der Schweizer Nationalpark sein 100-Jahr-Jubiläum feiert», betonte Daniel Landolf, Leiter Postauto Schweiz, beim Festakt auf dem Bundesplatz. Das Postauto im Pärke-Design wird bis am 31. Oktober als Linienbus in verschiedenen Regionen sowie als



Ergänzen einander: Postauto im neuen «Pärke-Look» (unten) und neue Bus-alpin-Route im Naturpark Beverin GR (oben).

ZVG

Shuttle bei Events im Einsatz sein. So beispielsweise am 1. August an der 100-Jahr-Feier des Nationalparks in der Region Zernez und am Filmfestival in Locarno. Die Schweizer Pärke sind alle mit Postauto-Linien erschlossen. Die feinere Verästelung vor Ort übernimmt aber vielerorts der Verein Bus alpin. Eine Tatsache, die in der Medienmitteilung zum Kampagnen-Auftakt vergessen ging, nicht aber in der Rede des Postauto-Leiters: «Das beste System kann Lücken aufweisen, insbesondere bei einigen Ausflugszielen in den Bergen. Dank einem weiteren Partner – Bus alpin nämlich – können einige dieser Ziele trotzdem mit dem öffentlichen Verkehr erreicht werden».



**«Die Kooperation
mit Postauto
Schweiz wird
immer ausgefeil-
ter. Wir sind sehr
zufrieden.»**

Samuel Bernhard
Geschäftsführer Bus alpin

so Landolf. «Das ist in sieben der bestehenden Pärke der Fall.»

**Der Verein Bus alpin baut das
Angebot stetig aus**

Ganz aktuell wartet der Verein Bus alpin sogar noch mit einem achten Park auf: «Wir konnten mit der Gemeinde Val-de-Charney soeben ein öV-Angebot zum Kartäuserkloster La Valsainte realisieren. Es liegt im Naturpark Gruyère Pays-d'Enhaut», verrät Samuel Bernhard, Geschäftsleiter von Bus alpin. Schon länger in Planung ist die neue Bus-alpin-Route im Bündner Naturpark Beverin, die Ende Juni startet. Sie führt die Gäste vom Postauto in Wengenstein zum Parkplatz Tguma auf 2300 Meter über Meer.

Von dort starten Pässewanderungen ins Safental oder an den Heizenberg. «Die Kooperation mit Postauto Schweiz wird immer ausgefeilter», führt Bernhard aus. «Wir sind sehr zufrieden.» So erhält der Verein Bus alpin auf die kommende Sommersaison hin die Gelegenheit, kostenlose Bildschirmwerbung in den Postautos zu schalten. Postauto Schweiz ist nebst dem SAC, dem VCS und der Arbeitsgemeinschaft für Berggebiete SAB Träger des Vereins Bus alpin. Dieser hat seit diesem Jahr Angebote in insgesamt 13 Regionen und befördert jährlich rund 30 000 Gäste – Tendenz steigend.

Weitere Infos:
postauto.ch.paerke.ch, busalpin.ch

Viel Bewegung im Berner Tourismus

**Für den Berner Tourismus steht einiges an: Der
Flughafen Bern begibt sich unter die Dachmarke Bern,
und Bern Tourismus muss sich gegen die drohende
Kürzung der städtischen Beiträge behaupten.**

DANIEL STAMPELI

Mit der Flughafen Bern AG konnte Bern Tourismus einen weiteren Partner für den Auftritt unter der Dachmarke Bern gewinnen. Denn die im Jahr 1929 gegründete Alpa, Flug- und Flugplatzgesellschaft Bern AG ändert ihren Namen in Flughafen Bern AG. Mit der Anpassung des Namens haben sich die Verantwortlichen auch für einen neuen visuellen Auftritt entschieden, unter der Dachmarke Bern. «Dies stärkt den internationalen Auftritt deutlich», sagt Markus Lergier, Direktor von Bern Tourismus.

Weniger Freude bereitet jedoch die Stadtberner Debatte

über den integrierten Aufgaben- und Finanzplan. Die SP fordert mit einem Paket von Vorstößen zum Finanzplan 2015 bis 2018 eine Kürzung der Beiträge für Bern Tourismus.

«Die Tourismusbranche leistet mit den zur Verfügung stehenden Mitteln gute Arbeit, und der Leistungsvertrag mit der Stadt wird erfüllt», erläuterte Alec von Graffenried, Präsident von Bern Tourismus, an der Mitgliederversammlung. Dass nun gerade aufgrund des Erfolgs der Branche eine politische Debatte losgetreten ist, stösse bei Bern Tourismus auf Unverständnis.

Auf den kommenden Winter freuen dürfen sich die Touristiker im Berner Oberland. Ab kommenden Winter-Flugplan werden während der Hochsaison erstmals wöchentliche Skiflüge zwischen Warschau und Bern sowie ab Oslo angeboten. Zum Einsatz kommt eine Dash 8-Q400 der polnischen Fluggesellschaft EuroLOT mit 74 Sitzplätzen.

Sowohl der polnische wie auch der norwegische Skimarkt sind bisher stark nach Österreich ausgerichtet. Im Flugplan sind ab nächstem Winter wieder Skiflüge aus England. In den beiden letzten Jahren fielen diese aus.

Ostschweizer mit neuem Elan

An der 6. Mitgliederversammlung von «hotellerie ostschweiz» in St. Gallen wurden die Weichen für eine Stärkung des Regionalverbands gestellt.

Für Urs Majer hätte es die letzte Versammlung als Präsident von hotellerie ostschweiz werden sollen. Daraus wurde nichts. Da sein designierter Nachfolger, Andreas Stöckli, nach kurzem Gastspiel im Radisson Blu in den Schweizerhof Zürich wechselte, entschied sich

der engagierte Hotelier vom St. Galler Walhalla, weiterzumachen. Der Entscheid fiel Urs Majer auch deshalb nicht schwer, weil im komplex strukturierten Regionalverband der Wille zur Stärkung und Professionalisierung spürbar ist. Jedenfalls sprachen sich die anwesenden Hoteliers unisono für einen Zusatzkredit aus. Mit dem Geld werden geocoachte Workshops der Vorstandsmitglieder finanziert.

Abgerundet wurde die produktive Versammlung mit einem Apéro auf der Dachterrasse des St. Galler Rathauses.



Urs Majer, Präsident hotellerie ostschweiz

ZVG



Die Familie Hauser, seit über 153 Jahren Besitzerin des Festivalhotels Schweizerhof in Luzern, zusammen mit dem «Schweizerhof»-Direktionshepär Sylvia und Clemens Hunziker (ganz rechts). Bilder Heinz Steimann, Luzern

Grosse Gala in Luzern

Die Hoteliersfamilie Hauser vom Luzerner «Schweizerhof» erhält für ihren 153-jährigen Einsatz für den Tourismus einen «Lifetime Award».

NATALIE-PASCALIE ALIÉSCH

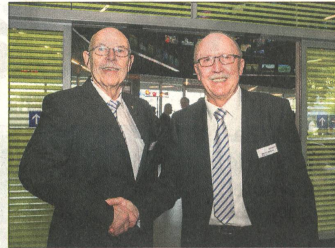
Galastimmung im Verkehrshaus Luzern am letzten Samstag: 400 Gäste nahmen an der Verleihung des Tourismus-Awards durch das Tourismus Forum Luzern (TFL) teil.

Einen besonders grossen Applaus gab es, als der «Lifetime Award» vergeben wurde. Für ihre besonderen Verdienste für den

Zentralschweizer Tourismus ausgezeichnet wurde die Familie Hauser, die seit 1861 das Luzerner Hotel Schweizerhof führt. Zusammen mit ihren Söhnen Patrick und Michael, die das 5-Sterne-Haus bereits in fünfter Generation leiten, nahm die kürzlich 80-jährig gewordene Wynanda Hauser-Clérk den Preis entgegen. «Der Award bereitet unserer Familie

viel Freude. Als Preisträger werden wir ihn als Anerkennung für unser Schaffen im Dienste des Gastes», freute sich Patrick Hauser über die Ehrung.

Grund zum Feiern hatten auch die Gemeinde Aermatt, die den «Destination Award» erhielt, und Urs Leierer, Festivaldirektor des Blue Balls Festivals. Er durfte den «Event Award» entgegennehmen.



Das TFL-Führungsduo: Präsident **Werner Häflicher** (rechts) und **Walter Schmid**, Ehrenpräsident TFL.



Walliser Connection (vL): **Marcel Perren**, CEO Luzerner Tourismus AG, Stargast **Sina**, und **Susanne Perren**.



Die zwei Direktoren der Waldstätterhof-Hotels: **Aloys von Reding**, Brunnen (L), **Patric Graber**, Luzern.



Der «neue» und der «alte» Präsident von Luzerner Tourismus AG: **Philipp Gmür** (L), **Adelbert Bütler**.



Hoteliers unter sich: «Lifetime-Award»-Preisträgerin **Wynanda Hauser**, Schweizerhof, und **Fritz Erni**, Art Deco Hotel Montana.



Die Award-Gewinner (vL): **Martin Jörg**, **Roger Nager**, **Karl Poletti**, alle Gemeinde Aermatt, **Urs Leierer**, Direktor Blue Balls Festival, **Pirmin Lötscher**, Vizepräsident Verein Luzerner Blues Session, **Patrick Hauser** und **Mike Hauser**, Hotel Schweizerhof.

Sessellücken

Direktionswechsel im Hotel Euler in Basel

Jana Jeschek leitet ab 1. Juni 2014 die zur Manz Privacy Hotels Switzerland gehörenden Basler Hotels Euler und City Inn. Sie tritt



ZVG

die Nachfolge von **Daniel Fankhauser** an, welcher die Betriebe seit 2007 führte und in Basel eine neue Herausforderung antreten wird. Jana Jeschek leitete zuletzt das Renaissance Hôtelière-Restaurant war bereits früher in Basel tätig, unter anderem als langjährige Director of Revenue & Marketing im Swissôtel Le Plaza, und kehrt nun ans Rheinknie zurück.

Neubesetzung im Hilton Zurich Airport

Helge Ole Hansen ist neuer Business Development Manager im Hilton Zurich Airport & Apart Hotel, operated by Hilton. In dieser



ZVG

Position ist der gebürtige Hamburger zuständig für die kommerzielle Strategie und deren Umsetzung sowie die verkaufsorientierte Steuerung aller Bereiche und damit verantwortlich für eine maximale Geschäftsentwicklung. Helge Ole Hansen war zuletzt Director of Sales & Marketing im The Cambrian Adelboden tätig. Nach drei Jahren in der Resort-Hotellerie ist er zurück in der Business-Hotellerie.

Schwyz Tourismus sucht neue Geschäftsführung

Monica Müller hat 13 Jahre lang die Geschäftsstelle des Schwyz Tourismus geführt. Auf Ende 2014 zieht sie sich, wie seit Langem ge-



ZVG

plant, ins Privatleben zurück. In den vergangenen 13 Jahren hat sich die Geschäftsstelle zu einer DMO gewandelt. Die Stelle werde in den nächsten Tagen ausgeschrieben, damit genügend Zeit für die Nachfolgesuche und die Übergabe bleibt, teilt Schwyz Tourismus mit. Die laufenden interkantonalen Projekte im Rahmen von Gästival wird Monica Müller jedoch weiterhin betreuen.

Neue Pächter für das Restaurant Dampfschiff

Lukas Marti und **Simon Burkhalter** übernehmen das Restaurant Dampfschiff am Thuner Aarequai. Marti (links) ist ausgebildeter



Bilder zvg

Koch und konnte bereits in verschiedenen Betrieben im In- und Ausland seine Kochkünste erlernen. Burkhalter absolvierte nach seiner kaufmännischen Ausbildung die Hotelfachschule Thun. Das seit Ende 2013 geschlossene, originalgetreu restaurierte Biedermeier-Restaurant wird am 30. Mai 2014 wieder eröffnet. Besitzer des Restaurant Dampfschiff ist Architekt **Rolf Lemberg**.

Neubesetzung in der Direktion von SLH

Barbara Levedag ist neu Director of Development für den deutschsprachigen Markt bei Small Luxury Hotels of the World



ZVG

(SLH). Ihr unterliegen die Entwicklung, der Aufbau und die Betreuung des SLH-Portfolios in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die gebürtige Norddeutsche verfügt über mehr als zwölf Jahre an Marketing- und Vertriebs Erfahrung im Bereich der Luxusgüter und -dienstleistungen. Seit ihrem Beitritt zu SLH im Jahr 2012 besetzte sie die Position des Partnership Marketing Managers.

Änderungen bei Accor Hotel Services Europa

Steven Daines (Bild) wird CEO Hotel Services Grossbritannien, Irland, Benelux, Schweiz und Russland von Accor. **Laurent**



ZVG

Picheral wird CEO Hotel Services Deutschland, Polen und Zentral-europa. Die beiden werden zudem Mitglieder der Accor-Generaldirektion. Sie ersetzen **Peter Vorhoeven**, der zu Booking.com wechselt. Die Änderungen gelten per 1. Juli 2014. Daines war seit 2012 Managing Director von Ibis Budget und Hotel F1 in Frankreich. Picheral leitete seit 2010 als COO die Geschäfte in Polen. **dst**

ANZEIGE

Lukrativ: Die eigene Wäscherei – Kosten im Ø unter CHF 2.00 pro Kilo Wäsche

Faktoren, die für eine eigene Wäscherei sprechen:

- Unabhängigkeit
- Kostengünstige Lösung
- Schnelligkeit
- Hygiene und Desinfektion

Ökologisch und intelligent,
mit USB-Schnittstelle

Gerne ermitteln wir kostenlos Ihre persönlichen Kennzahlen.
Kontaktieren Sie uns: kostenrechnung@schulthess.ch

Schulthess Maschinen AG
CH-8633 Wolfhausen, kostenrechnung@schulthess.ch
Tel. 0844 880 880, www.schulthess.ch



SCHULTHESS
Wäschepflege mit Kompetenz



En bref

Vaud

Un Master unique en son genre



Trois institutions phares, l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), The School of Hotel and Tourism Management rattachée à l'université polytechnique de Hong Kong, et Conrad N. Hilton College of Hotel and Restaurant Management de l'université de Houston viennent d'annoncer la création d'un Master of Science tripartite en «Global Hospitality Business». Au terme de dix-huit mois de travail d'élaboration.

Ce nouveau programme débutera en septembre 2015 par un semestre à l'EHL, suivi de deux autres semestres à Hong Kong puis à Houston. Ce Master, unique en son genre, permettra aux étudiants de partager leur temps d'études sur trois continents pendant trois semestres consécutifs. A l'issue du programme, les diplômés pourront ainsi recevoir un Master of Science in Global Hospitality Business de l'université auprès de laquelle ils se seront inscrits. Ainsi que deux certificats des universités partenaires. Mais aussi trois certifications professionnelles de premier plan.

aca

L'art de la différence

La Fondation Gianadda parrainera le futur boutique-hôtel initié par la Fondation valaisanne en faveur des personnes handicapées mentales. Il ouvrira en septembre 2015.

LAETITIA BONGARD

Laboratoire avant-gardiste d'une hôtellerie intégrée et responsable. Définition affinée du futur boutique-hôtel qui verra le jour en septembre 2015, à Martigny. Soutenu par la Fondation Pierre Gianadda, l'établissement mariera culture, gastronomie et promotion des produits du terroir. Concept novateur puisqu'il occupera une trentaine de personnes en situation de handicap mental (htr du 26.09.2013). Ou quand l'art valorise la différence.

La contribution de son parrain Léonard Gianadda, ne sera pas financière – le coût du projet s'élève à 14 millions de francs – mais bel et bien artistique. «Un partenariat de cœur et culturel», précise Jean-Marc Dupont, directeur de la Fondation valaisanne en faveur des personnes handicapées mentales (FOVAHM), à l'origine du projet. Le mécène mettra



Le futur boutique-hôtel collaborera étroitement avec la Fondation Pierre Gianadda à Martigny.

Georges-André Cretton

certaines œuvres à disposition, lesquelles seront présentées dans l'hôtel et les chambres décorées avec des éléments en rapport avec les expositions de la Fondation. Des visites commentées seront également organisées.

Trois lettres pour résumer l'identité de Martigny

Le boutique-hôtel de 40 chambres et 5 suites, qui devrait s'apparenter à un 3 étoiles sup., s'appellera, sobrement, «mARTigny». «Quand on a la chance de posséder dans le nom de sa ville le mot ART, il est inutile de chercher plus loin le patronyme d'un établissement qui sera intimement lié à l'une des plus prestigieuses fon-

dations culturelles de Suisse», expliquent les initiateurs du projet dans un communiqué. Au-delà de l'art plastique, l'établissement veut se profiler comme une vitrine pour le terroir valaisan. Un relais pour les visiteurs se rendant dans les stations valaisannes. «La FOVAHM a obtenu le label Valais Excellence. Dès lors, nous souhaitons prolonger cet esprit dans le futur établissement que nous exploiterons», relève Jean-Marc Dupont. Pour le lancement de l'hôtel, deux enseignes valaisannes de renom ont accepté de s'associer au projet. Provins et son œnologue Madeleine Gay (meilleure vigneronne 2013) et la cave Jean-René Germanier avec

Gilles Besse élaboreront un vin sur le thème de la culture. «Les étiquettes seront des extraits de tableaux d'artistes de la FOVAHM, l'objectif étant de créer une véritable collection», indique le directeur. Collection réunie sous l'appellation «nectART».

Habiles au service, à l'entretien, en cuisine et à la blanchisserie

Jean-Marc Dupont ne dirigera pas le futur hôtel, mais il sera placé sous sa responsabilité. Un professionnel assurera cette mission et sera entouré d'une équipe mixte de 44 personnes. «La trentaine d'ouvriers de la fondation œuvreront au service, en cuisine, à l'entretien et à la blanchisserie.

Un savoir-faire qu'ils ont déjà développé et acquis depuis plusieurs années au sein de nos ateliers.» Les collaborations avec l'hôtel d'application Vatel, situé juste à côté, seront d'ailleurs renforcées. «Nous leur proposons déjà notre aide, lors de réceptions par exemple», illustre le directeur.

Quelques finitions doivent être encore apportées au concept de boutique-hôtel: des contacts sont en cours avec des designers et des architectes d'intérieur pour l'aménagement des chambres. Des inconnues planent également sur la future carte du restaurant. Pas de haute gastronomie, mais de la qualité, promet le directeur.

LE MILESTONE 2014
VERS DE NOUVEAUX SOMMETS

Le MILESTONE. Prix du tourisme suisse récompense chaque année les projets les plus extraordinaires et des personnalités hors du commun dans le paysage touristique suisse.

Déposez votre projet dès maintenant sur www.htr-milestone.ch

DÉLAI D'INSCRIPTION: 29 AOÛT 2014



Le MILESTONE. Prix du tourisme suisse est décerné par l'htr hotel revue et hôtellerie suisse, avec le soutien du SECO dans le cadre du programme d'encouragement innovant. Le MILESTONE est placé sous l'égide de la Fédération suisse du tourisme.

innovation
tourism

htr
hotelrevue

hôtellerie suisse
Swiss Hotel Association

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DFE
Secretariat d'Etat à l'économie SECO

Patronage
STV - FST
Staatliche Theaterhaus Lausanne
Fédération suisse du tourisme
Fédération suisse des hôtels
Fédération suisse du tourisme

Partenaire de l'événement
Ecole hôtelière
LAUSANNE

A la mémoire du front

Le Jura fait revivre le Kilomètre zéro sur le tracé du front, publie un guide et prépare des expositions dans ses musées. Les commémorations de la guerre 14-18 gommement les frontières.

LAETITIA BONGARD

La voix de la Petite Gilberte de Courgenay flotte encore un peu dans la salle de l'Hôtel-restaurant de la Gare. Des portraits témoignent de l'histoire de ce lieu qui a vu passer quelque 250 000 soldats mobilisés en Ajoie durant la Première Guerre mondiale. «La guerre a aussi marqué le quotidien des civils, rappelle Anne Schild, conservatrice du Musée de l'Hôtel-Dieu, à Porrentruy. Les femmes ont par exemple joué un rôle important, en tant qu'infirmières, mairaines de guerre ou pour faire tourner l'industrie. Il y a eu beaucoup de «Petite Gilberte» dans le Jura...»

Cent ans plus tard, l'heure est à la commémoration et au travail de mémoire. Si la France mène les opérations en planifiant plus de 1000 événements avec un label à la clé, le canton du Jura annonce vouloir participer «à son



Le poste d'observation du Largin, sur la commune de Bonfol dans le Jura, abritait les soldats suisses durant la Première Guerre. Il a été reconstruit à l'identique.

album Pierre Cardinaux, coll. Hervé de Weck

échelle» à cet effort en lui conférant une dimension touristique.

Actions concertées et transfrontalières

«Ces actions et animations poursuivent une démarche concertée et coordonnée, elles visent à la complémentarité», a relevé Michel Hauser, chef de l'Office cantonal de la culture du canton du Jura lors d'une conférence de presse. Des projets qui misent sur les coopérations transfrontalières

pour gagner en visibilité, notamment avec le Sundgau, au Sud de l'Alsace.

Première concrétisation de cette démarche commune: les «Amis du Kilomètre zéro», constitués en association, ont valorisé cette partie du front ouest, située entre Bonfol en Suisse et Pforzheimer dans le Sud de l'Alsace. Un sentier didactique de 5 km - dont 1,5 km en Suisse - raconte, panneaux explicatifs trilingues à l'appui, le passé de cette zone frontière où

se sont côtoyées trois armées, dont deux belligérantes. La balade mène aux vestiges de postes de guet ou de défense, dont certains restaurés. Jura Tourisme proposera des visites guidées; les auto-didactes se doteront du guide historique spécialement rédigé pour l'occasion.

De leur côté, le musée d'art et d'histoire, à Delémont, et celui de l'Hôtel-Dieu, à Porrentruy, s'aligneront sur le thème «Traces de guerre» défini par le Réseau des

musées. Partenariat qui réunit des institutions françaises, allemandes et suisses et qui prévoit 30 expositions, valorisées par un «pass». «La Grande Guerre aux frontières» visible à l'Hôtel-Dieu dès le 28 juin opte pour un éclairage régional, une histoire culturelle et sociale du Jura durant ces années de mobilisation. «L'Ajoie comptait une importante communauté française qui a dû partir au front», raconte Anne Schild. Porosité des frontières dans un monde une guerre. Elle sort de son sac un masque à gaz et un képi du bataillon 24 de l'armée suisse, témoins d'une époque.

6 millions de visiteurs attirés par le tourisme de mémoire en France

Si l'on évoque les 6 millions de personnes que le tourisme de mémoire draine chaque année en France, la prudence reste de mise côté Suisse. «Nous n'avons pas d'objectifs précis en termes de fréquentation, mais aimerions inciter les touristes à franchir la frontière, indique Michel Friche, responsable du secteur tourisme au Service de l'économie. Nous visons aussi les Suisses-alsaciens, notamment ceux dont les aïeux ont été mobilisés ici».

Vianney Muller, directeur de l'Office de tourisme de Sundgau - Sud Alsace, perçoit avant tout ces commémorations comme «une tête de gondole». Un moyen de capter des touristes pour leur dévoiler les charmes de la région. Le tourisme à la croisée des chemins de l'histoire et de la mémoire.

En bref

Suisse

Un hiver difficile en moyenne altitude

«L'hiver dernier n'a pas été des plus simples pour les remontées mécaniques, notamment en raison de la météo», écrivent les Remontées mécaniques suisses dans un communiqué. Sur l'ensemble, on relève un double recul du nombre d'hôtes (-3,2%) et du chiffre d'affaires de transport (-1,8%) par rapport à l'hiver précédent. Toutes les régions touristiques - sauf le Tessin - sont concernées. Les Alpes vaudoises et fribourgeoises connaissent une baisse supérieure à la moyenne avec -10,2% de passagers. La baisse en Valais est de -3,3%.

Vaud

Dernière expo avant le nouvel Alimentarium

Le Musée de l'Alimentarium, à Vevey, présente sa dernière exposition temporaire avant la fermeture du musée, en mai 2015. «Detox. Croyances autour de la nutrition» décortique la relation que la société entretient à la nourriture; tente de répondre aux croyances populaires telles que «manger de la soupe fait grandir», «le jus d'orange empêche de dormir». Elle est aussi l'occasion de donner un avant-goût du futur Alimentarium 2016, avec une présence numérique, interactive et ludique renforcée.

ANNONCE

L'assortiment professionnel pour un service excellent

Hubert conseils
950.00
seulement

EXCLUSIVITÉ HUBERT

TENDANCE >>>

reinh a r d
swiss
made

LES PLUS

- Matière de l'ordre et de la clarté
- Garantie d'absence de rayonnement
- Modèle grâce au rail de roulement en caoutchouc
- Résistant et facile d'entretien
- Nécessite peu de commandes en magasin
- Température contrôlée à l'intérieur adaptée

Vous trouverez l'aide de service seulement chez HUBERT!

Notre buffet élégant offre un grand espace de rangement pour tout ce qui est important pour le service et doit toujours être à portée de main. Il convainc par son excellente finition et des surfaces stratifiées en mélamine robustes et faciles à entretenir. Des détails bien étudiés comme la tablette coulissante et le kit de roulettes en option font de cet espace de rangement une merveille par ces solutions bien pensées réunissant économie de place et élégance.

Ligne directe et gratuite 0800 11 66 00

HUBERT

www.hubert-online.ch

Chez HUBERT, c'est trouvé!
plus de 6'500 produits

ACTION
du 2 au 14.6.2014,
chez votre dépositaire

RAMSEIER
L'énergie naturelle

Maintenant en action

-20% de réduction

-10% de réduction

-10% de réduction

Ramseier, naturellement

ramseier.ch

Nécrologie

Passionné
engagé pour
Montreux



wikipedia/Wiki

Syndic de Montreux de 1969 à 1988, homme politique et journaliste, **Jean-Jacques Cevy** a marqué le tourisme montreuisien par son dynamisme et son précieux engagement. Il a notamment contribué à la «renaissance montreuissienne» en apportant son plein soutien à la création, avec l'office du tourisme, de nombreuses manifestations au rayonnement international. Avec le soutien de la Ville, il a activement participé à la construction de la première Maison des Congrès, puis milité pour la réalisation de la salle de concert Stravinsky. Il a également mis son dynamisme au service de l'Office national suisse du tourisme, l'ancêtre de Suisse Tourisme, qu'il a présidé de 1980 à 1994. En politique, il a siégé en tant que conseiller national de 1967 à 1991, a présidé l'Assemblée fédérale en 1986-1987. L'ayant côtoyé de nombreuses années avec ses mentors Raymond Jaussi et Claude Nobs, je tiens à lui rendre hommage pour cet engagement d'exception aussi bien pour Montreux, le canton de Vaud et notre pays.

Michel Ferla, ancien directeur adjoint de Suisse Tourisme

Soulagés et plus forts

L'hôtellerie, le tourisme et la restauration sont satisfaits du refus de l'initiative sur le salaire minimum. Tous les regards se tournent à nouveau sur le partenariat social.

DANIEL STAMFILI

Le rejet dimanche dernier de l'initiative relative à l'instauration d'un salaire minimum a renforcé le partenariat social entre les associations professionnelles du secteur», a relevé Urs Masshardt, directeur de Hotel & Gastro Union. Pour l'organisation fatiguée des employeurs de la branche, la priorité réside aujourd'hui comme hier dans la poursuite et le développement du partenariat social.

Néanmoins, Urs Masshardt ne considère pas le non du corps électoral comme une opposition de principe, sinon comme le refus d'un salaire minimal unique. Au titre de protection contre le dumping salarial, le salaire minimum demeurera un sujet d'ac-

tualité, qui doit être accordé au sein de chaque branche.

Pas de nouveaux obstacles à la compétitivité

Guglielmo L. Brentel, président d'hotelleriesuisse, fait aussi part de son soulagement: «Le non du corps électoral corrobore les options retenues par la branche qui reposent sur la négociation de salaires minimaux avec les partenaires sociaux et l'encouragement de la formation et du perfectionnement professionnel.»

Si l'initiative avait été acceptée, l'introduction d'un salaire minimum à l'échelle nationale aurait augmenté les coûts de fonctionnement de nombreuses entreprises. A son tour, cette situation aurait amenuisé les perspectives

d'emploi pour une main-d'œuvre faiblement qualifiée et contribué à affaiblir la compétitivité du secteur.

La Fédération suisse du tourisme se félicite également de ce résultat et relève qu'il convient de poursuivre un partenariat social qui a apporté la preuve de son efficacité au sein du système économique suisse. Adoptée de longue date et constamment améliorée par la concertation entre les employés et les employeurs, la convention collective incarne un facteur d'équilibre qui fait porter l'accent sur la formation continue et offre ainsi

à chaque collaborateur la possibilité d'accroître ses compétences et de percevoir un meilleur salaire. La forte participation au marché du travail et le faible taux de chômage, qui ne se rencontrent guère à l'extérieur de nos frontières, ne seront donc pas remis en cause. Les Suisses ont «donné un signal fort en faveur d'une solution raisonnable», souligne pour sa part Klaus Künzli, président de Gastrosuisse. Il souligne que le contrat de travail national en vigueur dans l'hôtellerie et la restauration démontre la validité d'un modèle de partenariat social qui garantit des conditions d'en-

gagement équitables en fonction des possibilités de l'économie.

Les Valaisans ont refusé un salaire minimum à 3500 francs

Hormis l'initiative fédérale sur le salaire minimum, les citoyens valaisans étaient appelés à se prononcer sur un salaire minimal cantonal de 3500 francs qui n'a pas davantage emporté l'adhésion. Ainsi que le pointe Markus Schmid, président des hôteliers valaisans, l'ampleur du non s'explique notamment par la hausse des salaires des apprentis prévue par le texte, qui aurait pu être assumée sans difficulté par la branche hôtelière, contrairement à d'autres secteurs économiques.

Traduction Jean Pierre Ammon
d'un texte en page 2



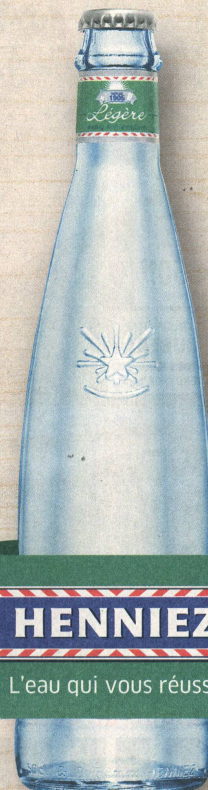
Pour la branche, le refus du salaire minimum confirme la pertinence des CCT.

Volker Schlichting/Fotolia.com

ANNONCE

**1 MILLION
EN BONS-RESTAURANT
À GAGNER
HENNIEZ.CH**

**HENNIEZ VOUS INVITE
AU RESTAURANT**



HENNIEZ

L'eau qui vous réussit.

Sauvez l'œnotourisme

Soulagés par le refus de l'initiative Weber, lundi à Vevey, les acteurs touristiques se sont mobilisés autour de leurs vignobles et de ses histoires. Ils donnent des pistes.

ALEXANDRE CALDARA

Une date pas choisie au hasard: le 19 mai. Les membres du comité de pilotage du projet œnotouristique à Lavaux ont pris un risque en programmant leur troisième rencontre de travail le lendemain du vote sur Lavaux III. Avec le refus par le peuple vaudois à 68,09% de l'initiative de Franz Weber et l'acceptation à 68,47% du contre-projet du canton, les milieux du tourisme et du vin expriment leur soulagement. «Notre région aspire légitimement et incontestablement à vivre. Et désormais la vie dépend de vous», a lâché avec un sourire François Margot, président de la

Confédération des vignerons et de Montreux-Vevey Tourisme.

Trois réflexions sur l'accueil et une salve de questions

Ces trois ateliers autour de l'œnotourisme adressés à une centaine de vignerons, hôteliers et restaurateurs de Montreux Riviera se tenaient à l'Hôtel des Trois Couronnes de Vevey où son directeur Jay Gauer reçoit sur le pas de la porte avec cet élan: «Bonjour, je suis l'aubergiste.» Trois réflexions et une salve de «comment»: «Comment construire une carte de vins? Comment trouver un vigneron ouvrier? Comment participer à la communication autour de Lavaux?» (voir encadré).

Premier atelier autour de Lionel Apollaro, négociant en vins et ancien sommelier aux Trois Couronnes, et Paul Baumann, jeune retraité, directeur d'Obriest Vins pendant plus de 33 ans, modéré

par Jay Gauer. Pour le sommelier il s'agit de construire une carte vivante en fonction des besoins et des ventes de l'établissement: «Rien ne sert de disposer de 500 références, si vous savez que vous vendez 100 vins», explique Lionel Apollaro, avant de poursuivre: «Évidemment, ici nous avons une belle cave avec 500 références avec 50% de vins suisses,



«Nous allons appliquer un dumping à l'envers sur le vin suisse.»

Jay Gauer
Directeur des Trois-Couronnes

Le rail, les randonnées et les caveaux seront plus performants à l'avenir

Les CFF tiennent à apporter leur bout de rail au projet œnotouristique du Lavaux. C'est le message que Patrick Jakob, responsable marketing & communication a voulu apporter lundi soir en présentant la campagne «découvrez Lavaux en train», elle sera disponible dès le premier juillet et jusqu'au 31 octobre. A travers deux nouveaux pass pour la région.

«Pour nous il s'agit de développer la fréquentation des trains régionaux aux heures creuses, améliorer l'offre touris-

tique et contribuer à l'atteinte des objectifs de Montreux-Vevey Tourisme en termes de visites journalières et de nuitées», explique Patrick Jakob. La signalétique dans les gares devrait être améliorée. Pour cette première année la Suisse romande est ciblée.

Quant à Montreux-Vevey Tourisme, il vient de sortir une nouvelle carte de randonnées plus immédiatement lisible. Enfin la plate-forme internet des vignerons sera terminée en juin. aca

www.vignerons-lavaux.ch



Même si les touristes se régalaient déjà des panoramas de Lavaux, les professionnels de la branche aimeraient encore pouvoir améliorer leur accueil à tous les niveaux.

Swiss-image/Andy Mettler

une majorité de vin vaudois et une quantité similaire de rouge et de blanc. Avec une focale sur l'appellation Lavaux et le Chasselas. Le sommelier doit prendre du plaisir à acheter et promouvoir est la seule manière de pouvoir parler d'un vin et de l'avoir goûté.» Paul Baumann l'interpelle: «Comment faites-vous pour choisir vos fournisseurs?» Lionel Apollaro avoue puiser à des sources multiples: «Médiatiques ceux dont on parle le plus, à travers les revues spécialisées, mais le plus possible par la découverte directe d'un vigneron.»

Le rôle primordial du «storytelling»

Pour Jay Gauer, les vignerons doivent aussi devenir proactifs, solliciter l'hôtel, lui proposer des événements. Lui prend les devants, en lançant une idée pour vendre le vin suisse moins cher: «Avant nous appliquions un coefficient multiplicateur de 3,5% quel que soit le type de bouteille. Cet été pour encourager l'achat de bouteilles suisses par rapport aux vins étrangers, nous allons chan-

ger notre politique de ventes pour appliquer un dumping à l'envers sur le vin suisse. Une bouteille que nous vendions 94 francs, nous pourrions la proposer 63 francs et nous espérons même ainsi gagner plus.» Mais pour le directeur des Trois Couronnes cela ne peut passer que par le «storytelling», il a même engagé ponctuellement un professionnel de cette nouvelle discipline pour former ses employés. Géraldine Gaillard, vigneronne à Epesses, prend la parole: «Un hôtelier de Chexbres propose des jeudis du vigneron qui présentent la nouvelle génération, notre visibilité dans une période

commerciale où nous souffrons passe par ces actions.» Jay Gauer l'écoute, puis revient au «storytelling»: «Tout le monde veut découvrir aujourd'hui l'envers du décor, à vous vignerons de le montrer aussi.» Il suggère à Géraldine Gaillard de lui transmettre les coordonnées du formateur en narration. Elle répond du tac au tac: «Le charisme est quelque chose de naturel chez tous les vignerons.» Pour son collègue Denis Bovard, les vignerons doivent transmettre leurs histoires au personnel de l'hôtel. Il se pose la question de comment développer ce lien. «Peut-être par le texte aussi...» Jay

Gauer explique que Denis Bovard propose souvent des idées d'alliages notamment avec le foie gras. Il révèle que l'Office des Vins vaudois met sur pied depuis le début de l'année un programme de formation d'une journée, qu'il finance intégralement. Directeur de l'OVV, Nicolas Jost précise: «Nous devrions arriver à 38 établissements et 270 collaborateurs à la fin de celle-ci.»

D'après Lionel Apollaro le plus grand atout pour servir un vin est d'utiliser un vocabulaire simple: «Les Chasselas sont fruités, légers.» Et les stocks de vins suisses deviendront des trésors.

AVIS DE DECES

Les années passent, les mérites restent.

Zurich, le 15 mai 2014

Le comité, la direction et les collaborateurs de Suisse Tourisme sont profondément touchés par le décès de leur ancien président

Monsieur Jean-Jacques Cevey

survenu le dimanche 11 mai 2014, à l'âge de 85 ans.

Président de l'organisation de 1978 à 1994, Jean-Jacques Cevey a marqué l'histoire de Suisse Tourisme. Sa personnalité, ses capacités extraordinaires et sa créativité lui ont permis d'influencer profondément les formes et les contenus de la promotion touristique de notre pays. Son intelligence entrepreneuriale et sa chaleur humaine resteront également pour nous un modèle à suivre.

Aussi douloureux que soit le départ de Jean-Jacques Cevey, le fait de savoir que son travail et son influence seront encore longtemps reflétés dans les objectifs de Suisse Tourisme est pour nous d'un grand réconfort.

Le comité, la direction et les collaborateurs

SUISSE TOURISME

Les gens

La rébellion par le yoga et l'hélicoptère

Tara Stiles, mannequin devenue enseignante de yoga, proposera une retraite de trois jours, du 4 au 6 juillet. Il s'agit d'une des



nouvelles expériences proposées par l'Hôtel W Verbier. Celle que l'on surnomme «Yoga Rebel» proposera des séances de yoga sur les sommets accessibles en hélicoptère, des pique-niques, des sauts en parachute. Le prix de ce forfait avec l'hébergement est de 1970 francs. «Pour les jet-setters du monde entier», le W Verbier aménagera une plage de sable sur laquelle sera organisé un barbecue tous les dimanches.

Cuisine française saine au nouveau Café Calla



Nasser Jaffane va diriger la brigade du nouveau Café Calla au Mandarin Oriental de Genève, dès le 2 juin. Il était auparavant sous-chef au restaurant étoilé Sur Mesure de Thierry Marx à Paris et a acquis son expérience auprès de grands restaurants comme le Pré Catelan ou l'Hôtel Lutetia. Il y offrira une cuisine d'influence française et saine avec un accent mis sur les produits locaux. Le café proposera une formule déjeuner d'affaires trois plats intitulée «lunch en 55 minutes à 55 francs». Le Bayview de Michel Roth au Président Wilson a un lunch à 65 francs.

Un hôtelier suisse au Festival de Cannes

Felix Dietrich, directeur de l'Hôtel Waldhaus, à Sils-Maria, va gravir les marches vendredi au Festival de Cannes. Cet honneur,



habituellement réservé aux stars de cinéma, est un cadeau du producteur lausannois Jean-Louis Porchet qui tient ainsi à souligner l'engagement de l'hôtelier dans le tournage, l'automne dernier, de «Sils-Maria». Cette fiction du cinéaste français Olivier Assayas s'ancre pour de nombreuses scènes dans les décors du prestigieux hôtel. Etablissement qui figure déjà dans le film de Claude Chabrol «Rien ne va plus». aca

Inquiétudes et humour du Pays romand

L'Association romande des hôteliers économe de l'énergie et dévoile un bon millésime 2013. Mais le président Philippe Thuner tient à mettre tous les acteurs face à leurs réalités.

ALEXANDRE CALDARA

Entre rêve et nuit agitée. La sixième assemblée générale de l'Association romande des hôteliers (ARH) représentant Vaud, Fribourg, Neuchâtel et le Jura s'est déroulée jeudi dernier au Brassus dans la Vallée de Joux.

Philippe Thuner, président de l'ARH, a tenu à rappeler que «2013 a été un bon millésime avec une hausse de nuitées dans toutes les régions». Mais il pondère tout de suite: «Ces bons chiffres peuvent être trompeurs. En effet, les prix de vente des chambres sont à la baisse. Il a fallu s'adapter au franc fort et au pouvoir d'achat diminué des clients européens. De plus il faut faire face à une concurrence toujours plus forte: tous les pays veulent développer leur tourisme et d'autres formes d'hébergement sont mises à disposition du voyageur.»

Le président a ensuite tenu à développer plusieurs points qui soulèvent son inquiétude avec humour en détournant la formule «du président d'un grand pays voisin lors de sa campagne électorale, mais rassurez-vous, ce sera bien mon seul et éphémère point commun avec lui». Cela donnait des formules du type: «Moi, hôtelier, depuis le 9 février, je dors mal. Je m'inquiète du retour des contingents de main d'œuvre étrangère avec leur complication, la lenteur de leur attribution et de l'élaboration des permis de travail, en bref une formule inadaptée à la volatilité de la clientèle et de la main d'œuvre dans notre secteur.»

Les autres orateurs ont adopté le même ton, en commençant par Guglielmo L. Brentel, président d'hotellerieuisse: «Vous, Romands, avez une autre manière de débattre, sans peur de la confrontation et avec une grande ouverture. Vos paysages offrent des vues à couper le souffle, votre offre culturelle est originale, vous disposez des meilleures tables du pays et vos hôtels sont impeccables.» Son discours portait le sceau de l'innovation: «Il faut se regrouper, opter

pour des coopérations insolites, sortir des sentiers battus.»

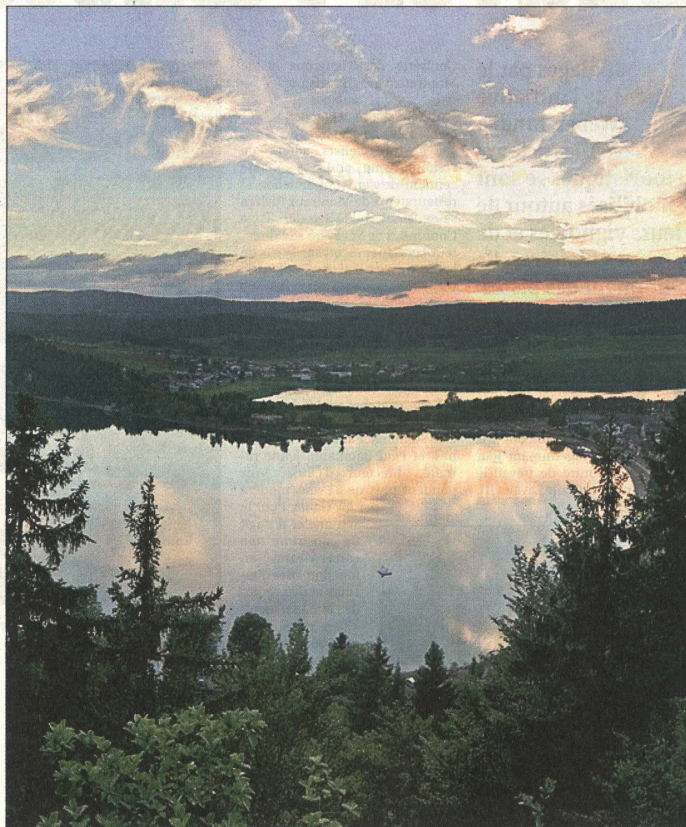
Laurent Wehrli, premier citoyen du canton de Vaud se voulait optimiste: «Merci toi président d'exercer un métier de rêves. Même si certains de tes rêves se transforment en cauchemars. On ne peut pas se réjouir d'une initiative comme Lavaux III qui propose de construire des chambres sous terre. Même si certains aiment le tourisme troglodyte. Nos hôtes doivent pouvoir ouvrir leur fenêtre sur cet incroyable paysage. Le travail que nous menons tous ensemble sur la Lex Weber basé sur le réinvestissement et la rénovation est un exemple. La meilleure manière de continuer à donner du rêve et de perpétuer la qualité de l'esprit suisse. Avec de petites choses comme un sourire et un mot de bienvenue dans la langue de l'hôte.»

Philippe Thuner espère survivre jusqu'à la mise en œuvre de la vision Alpes vaudoises 2020: «Afin de pouvoir passer du tourisme de l'immobilier de l'avant Lex Weber à un tourisme d'exploitation pour un développement durable de nos vallées.» Florian Buchter du groupe



«Je m'inquiète du retour des contingents de main d'œuvre étrangère.»

Philippe Thuner
Président de l'ARH



La Vallée de Joux a accueilli l'Association romande des hôteliers.

Claude Jaccard/Vaud-photos.ch

pe E, qui assure la modération technique, a présenté le travail de l'ARH pour l'économie d'énergie et la récupération de la taxe sur le CO₂: «Deux groupes de 60 hôtels s'engagent dans un processus de longue durée de huit à dix ans sur 1131 mesures, soit deux ou trois mesures par hôtel et par année. Ce qui devrait permettre de passer

de 10 000 tonnes de CO₂ en 2013 à moins de 7000 tonnes en 2020.» Le président de l'ARH se dit préoccupé par l'augmentation constante de la bureaucratie et donne un exemple: «Auparavant, je remplissais quatre décomptes d'impôts à la source par année. Maintenant le décompte est mensuel, donc la charge administrative a triplé.»

Nicolas Frey, président de la sous-section de la vallée de Joux, a fait l'éloge du tourisme familial dans sa région, «du lac gelé qui se transforme en plus grande patinoire d'Europe» et de la gastronomie. Céline Renaud de JMC Lutherie a présenté un produit local: un haut-parleur en bois d'harmonie. Encore du rêve.

Coup d'envoi pour le Milestone 2014

Le «Milestone» lance la 15^e édition. Les détenteurs d'un projet touristique innovant peuvent déposer leur candidature jusqu'au 29 août. Le prix de la relève modifie ses critères.

C'est parti pour une nouvelle édition du «Milestone. Prix du tourisme suisse». Le coup d'envoi a été donné hier à l'occasion de l'Innovation Day. Les lauréats et candidats nommés des précédentes éditions se sont retrouvés dans l'espace Umwelt Arena à Spreitenbach, vainqueur du Prix de l'environnement en

2013. Une journée placée sous le signe du développement durable comme clé du succès. Une journée valorisant les forces créatives du tourisme suisse. Une journée pour évoquer les nouveautés de cette 15^e édition du prix le plus important de la branche. Il sera décerné le 11 novembre au Kursaal de Berne. Les candidatures peuvent être déposées jusqu'au 29 août 2014.

Récompenser des personnalités «au souffle créateur»

Alors que l'édition 2013 n'avait retenu aucun candidat au Prix de

la relève, les organisateurs renvoient leurs critères dans l'attribution de ce prix. «Il ne récompensera non plus des projets, mais de jeunes personnalités au souffle créateur», précise un communiqué. L'âge de participation est fixé à 32 ans révolus. Les autres catégories, déclinées en «Projet remarquable», «Prix de l'environnement» et «Prix pour l'œuvre d'une vie» ne connaissent que de menus ajustements.

Quant au jury, il se dote de deux nouveaux membres, le Vaudois Michel Ferla, de la Fondation Ca-

sino Barrière Montreux et ancien directeur adjoint de Suisse Tourisme ainsi que Daniel F. Lauber, hôtelier de Cervo Mountain Boutique Resort, à Zermatt.

Les Romands appelés à battre le nombre de projets déposés

Ils complètent l'équipe déjà en place composée de Barbara Rigassi, présidente du jury et managing partner de Brugger et Partner SA; Fiorenzo Fässler, directeur général de Smarket SA et Jürg Stettler, directeur de l'Institut pour l'économie du tourisme de la haute école

de Lucerne. Sabrina Jörg assure la coordination du concours.

Pour rappel, le Milestone est décerné par «htr hotel revue» et hotellerieuisse. Il bénéficie du programme Innoutour du Seco et est placé sous l'égide de la Fédération suisse du tourisme. L'année dernière, il a attiré 90 projets touristiques de toute la Suisse, dont vingt de Romandie. Un record, bien qu'au final aucun projet n'ait été retenu au palmarès. Revirement de tendance en 2015? lb

www.htr-milestone.ch

ANNONCE

PISTOR Profit

Qualité au meilleur prix

www.pistor.ch/profit

ROTOR Lips

www.RotorLips.ch

Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

KÄSTLI STOREN
Idées Design Compétences

Kästli & Co. AG protection solaire textile
Tel. 031 340 22 22 www.kaestlistoren.ch

BRITA Professional

AVEC BRITA JE FAIS LE MEILLEUR CAFE DE LA REGION

BRITA est sponsor platine du championnat suisse pour l'art du Barista

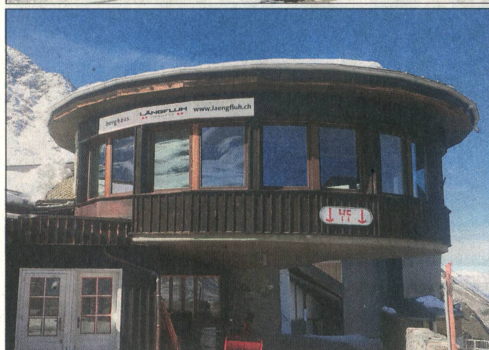
Jet-Cut
system de recharge Inox
swiss made

économise le travail des pros

alustar *Dischneider Jet-Cut*
chez votre grossiste

Fullservice Hotelwäschelösungen
Vertrieb Axel Baas - Tel: 091/794 20 22
wäschekrone.ch

Wäschekrone



Der amerikanische Investmentbanker Edmond Offermann verfolgt in Saas-Fee mit Hotels, Restaurants und Bergbahnen die Logik der vertikalen Integration. zvg/PHOTOPRESS

Die Talfahrt bremsen

Seit Jahren sinken die Verkehrserträge der Bergbahnen. Die vertikale Integration ist ein möglicher Ausweg. Dass dieser selten beschritten wird, liegt nicht nur am fehlenden Geld.

ALEX GERTSCHEN

In den letzten fünf Wintersaisons haben die Bergbahnen 142 Mio. Franken an Verkehrserträgen eingebüsst. Hatte der Personentransport in der Saison 2008/09 noch 885 Mio. Franken eingebracht, warfen die 24,6 Mio. Ersteintritte des letzten Winters nur 743 Mio. Franken ab. Das letzte Woche vom Verband Seilbahnen Schweiz veröffentlichte Saison-Monitoring zeigt: Zu Ende ist dieser Niedergang noch nicht (vgl. Tabelle).

Wollen die Bergbahnen die Wende schaffen, müssen sie die Verkehrserträge wieder steigern oder neue Geschäftsfelder er-

schliessen. Für beides eignet sich eine Strategie, die auf dem Papier überzeugt, in der Praxis funktioniert – und hierzulande dennoch kaum umgesetzt wird: die Integration von Dienstleistungen wie Gastronomie, Unterkunft, Skiverleih und Skischule entlang der Wertschöpfungskette.

Das leuchtende Beispiel ist die Weisses Arena AG in der Destination Flims-Lax-Falera. Obwohl auch sie im Gefolge der Finanzkrise einen empfindlichen Rückgang bei den Verkehrserträgen verzeichnete, hat sie dank ihrer diversifizierten Ertragsstruktur den Gesamtertrag relativ stabil gehalten. Wieso gibt es in der Schweiz kaum Nachahmer? Drei Fallbeispiele geben Aufschlüsse.

Neues Resort in Brigels ermöglicht Kooperation mit Veranstaltern

In diesen Tagen beginnen im Bündner Ferienort Brigels die Hochbauarbeiten eines Resorts mit Ferienwohnungen, Einkaufsladen, Wellness-Bereich, Kinderclub, Sportgeschäft und Skischule. Die budgetierten Kosten betragen 45 Mio. Franken, geplanter Eröffnungsbeginn ist der 1. Dezember 2015. Der Hospitality-Fonds der Credit Suisse finanziert das Resort, die Bergbahnen Brigels Wal-

tensburg Andast AG wird es über eine Tochterfirma betreiben.

Für Marcel Friberg, den Verwaltungsratspräsidenten der Bergbahn, liegt der Wert des Resorts in der Verbreiterung der Einnahmefunktion sowie in den neuen Möglichkeiten in der Angebotsgestaltung und im Marketing. «Erst dank des Resorts mit seinen 432 Betten werden wir mit Reiseveranstaltern verhandeln können. Bis anhin haben wir ihnen keine attraktiven Pauschalangebote machen können», sagt er.

Friberg ist überzeugt, dass die vertikale Integration auch für andere Bergbahnen einen Weg aus der schwierigen Situation darstellen kann. Denn eine branchenweite Erholung der Verkehrserträge sei nicht realistisch. Weshalb Bergbahnen dennoch selten vertikal integrieren, erklärt sich Friberg mit der Schwierigkeit, für Resorts einen geeigneten Standort



«Die vertikale Integration funktioniert nur über die Kapitalverflechtung.»

Marcel Friberg
VRP, Bergbahnen Brigels W. A. AG

und die Finanzierung zu finden. «Wir haben mit der Projektierung vor sechs Jahren begonnen», spielt er auf den langen Atem an, dessen es bedarf.

Was hält Friberg davon, mit bestehenden Unternehmern ein umfassendes Produkt aus einer Hand anzubieten? «Wir haben stets mit Hotels zusammengearbeitet, aber das ist keine

vollwertige Integration. Die Effizienz ist geringer, die Bindung schwächer. Die Integration funktioniert über das Geld.»

Der Kauf von Beherbergern scheitert meist daran, dass verfügbare und finanzierbare Objekte entweder einen grossen Nachholbedarf an Investitionen hätten oder zu klein seien. «Veranstalter benötigen eine gewisse Masse an Betten», sagt Marcel Friberg.

Den Weg der vertikalen Integration beschreitet in Saas-Fee der amerikanische Investmentbanker Edmond «Eddy» Offermann. Er

kontrolliert seit 2010 als Hauptaktionär die Bergbahnen und investiert auch kräftig in Hotellerie und Gastronomie.

In Saas-Fee brummt der amerikanische Integrationsmotor

Die von Daniel Werner geleitete «Dom Collection» betreibt in der Destination das 4-Sterne-Hotel Dom im Eigentum, das 3-Sterne-Hotel Alpenperle sowie die Bergrestaurants Längfluh und The Rock in Pacht. Vermieterin der zwei Gastronomiebetriebe sind die Bergbahnen, die das Betriebsrecht für zwei weitere Bergrestaurants haben. Laut CEO Rainer Flaig hat das Unternehmen knapp 2 Mio. Franken in die Gastronomie gesteckt, und es ist nicht

abgeneigt, weitere Betriebe am Berg zu übernehmen.

«Es geht uns nicht um eine Monopolstellung, sondern um die gemeinsame Verbesserung der Qualität», sagt Flaig, im Wissen um die Ängste, die Offermanns Vorwärtsstrategie im Dorf weckt. Der Logik der vertikalen Integration gehorcht auch, dass die Bergbahnen an der jüngst gegründeten Saastal Marketing AG zu 40 Prozent beteiligt sind. In der Phase der «Vorsondierung» ist laut Flaig die Integration von Skisportschul- und Kinderangeboten.

Es ist klar, dass in Saas-Fee das Gewicht der Bergbahnen und der «Dom Collection», die formell unverbunden und doch Teil eines Ganzen sind, wachsen wird. Darauf lässt der operative Fortschritt schliessen, der laut Flaig und Werner gemacht wird. Und darauf lässt die Kluft schliessen, die zwischen Offermanns Finanzkraft und vielen kriselnden Betrieben klafft. Dass die angestrebten Vorteile der vertikalen Integration über Kooperationen ohne Kapitalverflechtung zu erzielen sind, bezweifelt Flaig: «Am Schluss schaut trotzdem jeder für sich.»

Titlis-Bergbahnen diversifizieren nur so weit als nötig

Peter Reinle, der Marketingleiter der Titlis-Bergbahnen, teilt die Meinung von Rainer Flaig und Marcel Friberg nicht. Zwar setzt auch sein Unternehmen auf vertikale Integration. Es betreibt Restaurants, die Hotels Trübssee und Terrace sowie das «Titlis Resort Engelberg». Letzteres wurde auf die letzte Wintersaison hin teilweise eröffnet, für die nächste soll es fertiggestellt sein. Hinzu kommen Aktivitäten im Merchandising und im Incentives-Bereich.

Eine weitere Diversifikation stellt Reinle aber nicht in Aussicht. «Man muss nicht alles selber machen, auch starke Kooperationen sind ein tragendes Destinationsmodell». Er sagt dies aus guten Gründen. Der Personentransport ist viel lukrativer als die Nebengeschäfte. Die Bahn betreibt diese in erster Linie als «Zulieferer» des Kerngeschäfts. Zudem wäre es dem «Dorfklima» abträglich, wenn die Bahn, die auch den Verwaltungsratspräsidenten der Engelberg-Titlis Tourismus AG stellt, sich immer weiter ausbreitete.

Es ist dies, neben dem Kapitalmangel, der Hauptgrund für die seltene vertikale Integration: Sie steht quer zu den fragmentierten Eigentumsstrukturen, zu den Mentalitäten, ja zur Geschichte der meisten Bergdestinationen.

Der Winter 2013/14 der Bergbahnen

Veränderungen gegenüber Winter 2012/13	Anzahl Ersteintritte	Umsatz Personentransport
Graubünden	-1,4%	-0,4%
Zentralschweiz	-2,7%	-0,6%
Ostschweiz	-5,8%	-9,6%
Berner Oberland	-3,9%	-4,5%
Freiburger und Waadtländer Alpen	-10,2%	-12,7%
Wallis	-3,3%	-1,0%
Tessin	12,7%	10,2%
Schweiz	-3,2%	-1,8%

Quelle: Seilbahnen Schweiz

www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

pistor Profit

Qualität zu Top-Preisen

www.pistor.ch/profit

Veränderungen beginnen hier
www.hoteljob.ch

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

htr hotel revue

Nationales Fussballturnier
6. Hotelcup

Samstag, 28.06.2014
ab 09.00 Uhr in Basel

Anmeldung und Informationen unter:
www.hotelcup.ch
Fahr-Bar1997@hotelcup.ch

„Fairness und Spass stehen im Vordergrund“

Gastronomie als Gipfelevent

Mit Bergrestaurants lässt sich Geld verdienen – und verlieren. Selber führen oder verpachten scheint eine Frage der Philosophie. Die Bedeutung auf jeden Fall steigt.

GUUDRIN SCHLENCEK

Der Umsatz der Bergbahnen mit Gastronomie am Berg entwickelt sich parallel zum Verkehrsertrag. So die Theorie. Der Blick in die Statistik von Seilbahnen Schweiz zeigt indes einen etwas anderen Verlauf (siehe Grafik): Während der Verkehrsertrag in den letzten Wintersaisons kontinuierlich abnahm, erfuhren die Einnahmen mit der Gastronomie am Berg mal deutlich bessere und mal schlechtere Jahre.

Der Winter vor drei Jahren bescherte der Restauration der Bahnen ein Plus von 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, der Verkehrsertrag dagegen sank. «Die Bergbahnen haben es geschafft, weitere Geschäftsfelder auszubauen», interpretiert Maurice Rappin, Leiter Abteilung Tourismus & Mitgliederservice bei Seilbahnen Schweiz, die Daten. «Bei den Schweizer Seilbahnen hat eine Diversifikation stattgefunden.»

Gstaad Bergbahnen AG: Investitionsstau bei der Gastronomie

Für Bruno Kern, Präsident des Verwaltungsrats der Bergbahnen Destination Gstaad AG, ist die Gastronomie am Berg eine zentra-

le Leistung: «Mit welcher Bahn der Gast hochfährt, ist halb so wichtig.» Die Berggastronomie sei die Visitenkarte einer Bergbahn: Über die Gastronomie erzähle der Gast seinen Freunden später noch, über die Bahn kaum. Trotzdem fristeten die sieben zur Bergbahnen Destination Gstaad AG gehörenden Restaurants ein stiefmütterliches Dasein. «Bei den Investitionen in die Gastronomie haben wir zu viel gespart. Die Infrastruktur hat klar einen Nachholbedarf.» Denn gerade in Gstaad mit seinen anspruchsvollen Gästen, von denen 60 Prozent nicht mal Ski fahren, müsse die Gastronomie am Berg ein Gourmet-Niveau bieten. Stehe die Bergbahn jedoch vor der Entscheidung, ob eher in die Beschneidung oder die Gastronomie investiert werden soll, habe Erstere klar Vorrang. Die Folgen liessen sich in der Erfolgsrechnung der Bergbahnen Gstaad ablesen: Mit fast allen Berggasthäusern habe man im letzten Jahr Geld verloren, so Kern. Insgesamt fast eine halbe Million Franken.

Bewusst nicht auf Sparflamme betreibt die Arosa Bergbahnen AG die Gastronomie: Alle vier selbst



Haben viel in die Gastronomie investiert: Die Titlis Bergbahnen gewinnen damit konsumfreudige Gäste.

Engelberg-Titlis/Christian Perret

betriebenen Bergrestaurants sind bedient, auf Selfservice verzichtet man – aus Qualitätsgründen, wie Stefan Reichmuth, Leiter Marketing Arosa Bergbahnen AG, betont. Er geht davon aus, dass Skifahrer am Mittag mit ihren Skischuhen das Essen nicht noch

selber holen wollen. Zwar werde mit einem bedienten Berggasthaus im Vergleich zum Selbstbedienungsrestaurant weniger «Volumen generiert», dafür seien die Konsumationsausgaben pro Gast höher.

Vor zwei Jahren hat die Arosa Bergbahnen AG 10 Millionen Franken in das neue Restaurant auf dem Weisshorn (inklusive Anpassung der Bahnanlage) investiert. Das moderne Restaurant bietet 220 Sitzplätze und eine fulminante Rundumsicht. «Die Gastronomie trägt zum Ertrag bei und ist neben dem Ticketverkauf eine wichtige Einnahmequelle», verdeutlicht Reichmuth. Fast ein Drittel des Gesamtumsatzes der Bergbahn entfällt inzwischen auf Gastronomie und Beherbergung (zwei Beherbergungsbetriebe in Arosa). Unter dem Strich gewinne das Gastgewerbe sogar an Bedeutung: Die immer aufwendigere Pistenpräparation habe das Ticketgeschäft viel Marge gekostet, der Abstand zur Gastronomie sei diesbezüglich kleiner geworden.

Restauration am Berg als Zünglein an der Waage

Peter Reinle, Marketingchef der Titlis Bergbahnen, warnt davor, sich von stolzen Cashflow-Zahlen eines Bergbahngeschäfts ohne Gastronomie blenden zu lassen. Bei den Titlis Bergbahnen liefere der Transport einen Cashflow von 47 Prozent, die Gastronomie von 19 Prozent. Doch für Reinle gilt: «Solange die Gastronomie Gewinn erzielt, verfügt ein Unternehmen mit Restauration absolut über mehr Gewinn als ohne.» Entscheidend sei das eingenommene Geld und nicht die Marge auf dem Papier. Titlis Bergbahnen erwirtschaften ebenfalls mit Gastronomie und Hotellerie ein Drittel des Umsatzes. «Im Schneesport ist ein gutes Gastronomieangebot entscheidend, damit der Gast wiederkommt», gibt sich Reinle überzeugt. Die Restauration könne zwar nicht ein schlechtes Skigebiet kompensieren, aber es sei «das Zünglein an der Waage», wenn es um die Wahl der Ski-Destination gehe.

Die Titlis Bergbahnen haben in den letzten sieben Jahren rund 10 Millionen Franken in die Gastronomie investiert. Sicher hätte man günstiger bauen können, doch die Bahn wolle dem Kunden bewusst «etwas Schönes bieten», damit er sich am Berg auch wohlfühlt. Ver-

grössert solle das Angebot nun nicht mehr werden: An vier Stationen betreiben die Titlis Bergbahnen heute mehrere Betriebe. «Der Peak ist erreicht.»

Lenzerheide und Arosa haben unterschiedliche Philosophien

Die heute betriebenen Restaurants auf dem Berg aus der Hand geben und damit den direkten Einfluss auf die gastronomische

Qualität am Berg ist für Stefan Reichmuth auf jeden Fall kein Thema – auch wenn das immer wieder diskutiert werde. Eine gegenteilige Philosophie vertritt die Lenzerheide Bergbahnen AG auf der anderen Seite des Berges. Die beiden Skigebiete sind seit diesem Winter eine Einheit, die Gastronomie-Philosophie könnte unterschiedlicher jedoch nicht sein.

Peter Engler, stellvertretender CEO der Lenzerheide Bergbahnen AG: «Der Gast kommt zu uns wegen der guten Pisten. Passt ihm das Restaurantangebot nicht, kann er ja auch im Tal essen.» Im gesamten Marketingmix habe die Gastronomie nur einen peripheren Stellenwert.

Peter Engler schwört deshalb auf die Verpachtung der Betriebe. Und zwar an möglichst viele Betreiber: Die durch die Verpachtung an verschiedene Gastronomen entstehende Konkurrenz am Berg komme dem Angebot zugute: «Stammt die Gastronomie aus einer Hand, besteht vielmehr die

Gefahr eines Einheitsbreis.» Seit dem Winter 2010/11 sind alle 12 Gastronomiebetriebe der Lenzerheide Bergbahnen AG verpachtet. Die Pachtverträge laufen zwischen drei und fünf Jahren. Vor zwei Jahren habe man angefangen, die Konkurrenzgedanken noch weiter auszubauen: Führten bis dahin verschiedene Pächter noch mehrere Betriebe der Bahn, so gilt nun die Maxime «Ein Be-

trieb, ein Pächter». Einen gemeinsamen Lieferanten habe man offiziell nur für Bier und Mineralwasser. Engler ist zufrieden mit dem Ergebnis: Während in den letzten fünf Jahren die Ersteintritte um 3 Prozent sanken, legte der Gastronomieumsatz im selben Zeitraum um 10 Prozent zu. Wichtig für den Erfolg sei ein gutes Verhältnis zu den Pächtern. Zirka

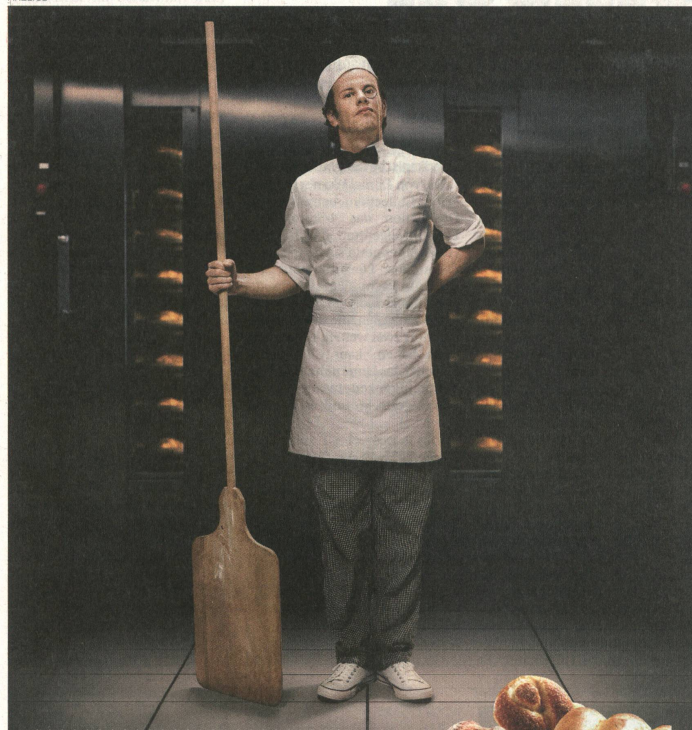


«Bei den Investitionen in die Gastronomie haben wir zu viel gespart.»

Bruno Kern
Bergbahnen Destination Gstaad

einmal pro Monat schaue er bei jedem Betrieb persönlich vorbei. «Es braucht diesen persönlichen Austausch.» Und trotz fremder Führung stellt die Gastronomie für die Bergbahnen Lenzerheide eine schöne Einnahmequelle dar. Fast eine Million Franken spülte der Pachtzins vor zwei Jahren in die Kasse, was 3,7 Prozent des gesamten Betriebsertrages entspricht (das Geschäftsjahr 2012/2013 ist wegen Rückstellungen diesbezüglich nicht repräsentativ). Und das ohne eigenen Betriebsaufwand. «Der Pächtertrag ist direkter Cash in die Tasche», freut sich Peter Engler.

ANZEIGE



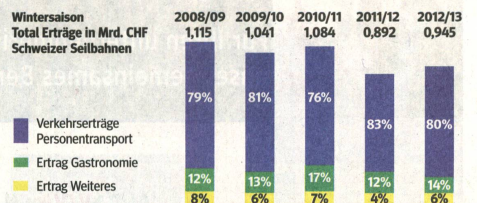
Hausbäcker der Schweizer Luxushotels.

Romer's Backkunst hat vierzig Jahre Tradition – Sie schaffen das in wenigen Minuten. Mit unseren hochwertigen, in der Schweiz hergestellten Backwaren. Wir produzieren über 200 Sorten in verschiedenen Fertigungsstufen und liefern in den hintersten Winkel der Schweiz. Damit Sie zu jeder Tageszeit offene, salzige oder süsse Backwaren in bester Backqualität servieren können. Neben Luxushotels bedient Romer's auch andere anspruchsvolle Unternehmen.

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

ROMER'S
Hausbäckerei

Die Umsätze der Seilbahnbranche



Quelle: Seilbahnen Schweiz



Werden sich Bahnen und Hotellerie auf der Melchsee-Frutt nicht einig, könnte das den Hotelneubau der Frutt Lodge AG gefährden.

Die Bergbahn als Risikofaktor

Hoteliers und Bergbahnen haben das Heu nicht immer auf der gleichen Bühne. Gastgeber fühlen sich gegängelt, die Bahnen argumentieren mit ihrem Aufwand.

GUÐRÚN SCHLENCZEK

Ihre Lage ist exponiert, ihre Wirtschaftlichkeit eine Herausforderung – und sie sind auf Gedeih und Verderb auf die Seilbahnen angewiesen. Als Zubringer für die Gäste, als Anreisemittel des Personals und für den Transport der Waren, Bergrestaurants und -hotels, welche, abgeschnitten von Individual- und öffentlichem Verkehr, am oder auf dem Berg liegen, sehen sich mit einer Monopolstellung der Seilbahnen am Berg konfrontiert.

«Die Seilbahn diktiert die Vorgaben, wir sind auf deren Goodwill angewiesen», resümiert Luigi Bertel nach fünfeinhalb Jahren als Gastgeber des Hotels Belalp. Luigi Bertel stört sich vor allem daran,

dass er für den Warentransport mit der Seilbahn mehr bezahlen als der Gast. Dieser muss für den Transport seines Gepäcks im Gitterwagen für bis zu 200 Kilo Gewicht 22 Franken bezahlen, das gleiche Gewicht käme den Hotelier für Warentransport auf 49 Franken zu stehen. Noch mehr ins Geld gehen kleinere Gebinde. Für 15 Kilo Frischfisch habe er schon 11 Franken gezahlt. «So wird der Fisch für mich teuer.»

Beatrice Page, Leiterin Tourismus & Marketing von Belalp-Blatten Tourismus rechtfertigt den Preisunterschied: «Die Güter, die der Gastronom transportiert, müssen von den Bahnangestellten mit Stapler geladen und ausgeladen werden, was zeitintensiv ist.» Der Gast beschicke seinen Gitterwagen selber, auf die Bahn entfalle so kein grosser Arbeitsaufwand. Dass der Warentransport ins Geld gehen kann, bestätigt Veronika Cotting-Julen, die mit ihrem Mann Max den 13-Gault-Millau-Betrieb «Chez Vrony» auf 2100 m ü. M. oberhalb Zermatt führt: Bis 3000 Franken im Monat koste sie der Wa-

rentransport mit der Bergbahn. Dabei besitzt das Haus im Sommer eine Zufahrt, sodass sie einen guten Teil der Ware im Oktober bereits selbst einkellert. Der Familienbetrieb ist ein Gästemagnet am Berg. Mindestens 400 Gäste zählt «Chez Vrony» am Mittag, in zwei Serviceschichten werden rund 700 Teller aufgetischt. «Im Winter muss der Gast am Mittag reservieren.»

Streit zwischen Frutt-Lodge AG und Sportbahn Melchsee-Frutt

Zum Eklat hat die Vormachtstellung der Bergbahn in Melchsee-Frutt geführt. Die Betreiberin der Sportbahnen Melchsee-Frutt, die Kooperation Kerns, hat angekündigt, die Abendfahrten aus Kostengründen zu streichen. «Die Nachtfahrten sind für das Hotel Frutt Lodge & Spa überlebenswichtig», so Beat Christen, externer Mediensprecher der Hotel-Inhaberin Frutt Lodge AG. Wie solle sonst der Gast bei einer weiten Anreise abends noch ins Hotel gelangen? Ob der geplante zweite Hotelneubau – Eröffnung wäre im Win-

Reto Mathis wünscht sich kundenfreundliche Bergbahn-Ticketpreise.

ter 2015 vorgesehen – unter diesen Bedingungen fertig erstellt wird, ist noch offen. Als «diktatorisch» bezeichnet die Frutt Lodge

AG als Bauherrin des Hotels Melchsee das Gebahren der Bergbahnen: Auch Preiserhöhungen würden ohne Rücksprache vollzogen. Für Kooperationspräsident Niklaus Ettlin liegt die Preisgestaltung jedoch klar in der unternehmerischen Kompetenz der Bergbahn. «Ich zweifle ja auch nicht die Kalkulation des Hoteliers an.» Die Abendfahrten – bis anhin einmal bis zweimal pro Abend in der Wintersaison – bescherten den Bahnen einen sechsstelligen Franken-Verlust. Zudem habe er aufgrund des Fachpersonalmangels Schwierigkeiten, einen Techniker für den abendlichen Pikettendienst zu finden. Anfang Juni wollen die Parteien nochmals zusammensitzen. «Die Leistungsträger müssen sich an der Unterdeckung finanziell beteiligen», fordert Ettlin.

«Die Seilbahnen diktieren die Vorgaben, wir hängen von deren Goodwill ab.»

Luigi Bertel
Hotel Belalp

diskutieren – ohne Erfolg. Die fehlende Unterstützung seitens Bergbahn kann Mathis «unternehmerisch» nicht nachvollziehen: «Immerhin zählen wir 800 bis 1000 Gäste pro Tag. Davon profitiert auch die Bahn.»

Dieter Bogner, Head of Marketing & Sales bei der Engadin St. Moritz Mountains AG, verteidigt die Preispolitik der Bergbahn:

«Besucht man ein spezielles Restaurant in Zürich, muss man die Fahrt dorthin auch bezahlen. Eine Fahrt auf den Berg ist eine Leistung, die ihren Preis hat.» Das Geld verdiente Mathis jedoch nicht mit den Einzelfahrtgästen, sondern im Freeflow mit jenen Skifahrern, die sich für Pasta und Pommes entscheiden.

Nik Buchs, Co-Geschäftsführer des Restaurants Wasserrat oberhalb von Gstaad, will an den Preisen der Bergbahnen nicht rütteln. Für ihn ist vielmehr der Pachtzins matchentscheidend, «damit ich noch etwas verdienen kann». «Wie im Tal» könne dieser zwischen 8 und 10 Prozent liegen, dürfe aber nicht umsatzabhängig sein.

«Der Pachtzins am Berg muss immer auf Basis des schlechtesten Winters gerechnet werden», fordert Nik Buchs. Auch er argumentiert damit, dass seine hundertprozentige Frischküche der Bergbahn Kunden beschere. In der Wintersaison servierten er und sein Bruder Simon allein am Mittag 400 bis 500 Essen. «50 Prozent der Gäste kommen mit der Sesselbahn zu uns auf den Berg – ausschliesslich zum Essen.»

impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Resortleitung:
aktuell: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldarac/acla

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

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

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

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

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktion: Natalie-Pascale Alliesch/npa
Praktikum: Arbesha Veljaj/av
Koordination: Daniel Steim

Verlag

Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hänni.
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Arbesha Veljaj/av
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller.

Michael Müller.
hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: 10 330 (WEMF/SW-
Beglaubigung 2013)
Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer
Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.–,
ISSN: 1424-0400

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Online Redaktion: online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76, Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserate@htr.ch;
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

AKTION
RAMSEIER Obstsaft-
Sortiment 2.-14.6.2014,
bei ihrem Getränkehändler.

RAMSEIER
Die Kraft der Natur

Jetzt Aktion

-20
Rabatt

Schorle
APFEL

-10
Rabatt

SÜSSMOST
JUS DE POMME

-10
Rabatt

natürlich Ramseier

ramseier.ch



HOTELA

DIE SOZIALVERSICHERUNG



**«Wir erleben die HOTELA als echte Partnerin
bei den Sozialversicherungen – persönlich,
unkompliziert und einfach immer für uns da.»**

Kurt Baumgartner, Direktor
Hotel Belvedere, Scuol

SIMPLIFY YOUR BUSINESS.

Stetes Wachstum mit Individualität

Markantes Plus bei Umsatz und Ergebnis: Die ZFV-Unternehmungen expandierten auch 2013 weiter. Allem voran in der Hotellerie.

GUDRUN SCHLENCZEK

Das Wachstum, welches die ZFV-Unternehmungen mit Sitz in Zürich alljährlich hinglegen, könnte bei Mitbewerbern schnell zu neidischen Blicken führen: Seit 15 Jahren beträgt das jährliche Umsatz-Plus durchschnittlich 9,2 Prozent, die Ergebnisentwicklung fällt mit einem durchschnittlichen jährlichen Zuwachs von 11,8 Prozent sogar noch besser aus. Die Parallel-Entwicklung von Umsatz und Ergebnis ist das erklärte Ziel der Unternehmung. Nicht ganz geschafft hat man diese 2013, auch das Wachstum fiel im 15-Jahres-Vergleich unterdurchschnittlich aus, absolut gesehen war es aber punkto Wachstum eines der besten Jahre: Der Umsatz stieg um 7,7 Prozent auf 219,8 Mio. Fran-

ken, das Unternehmensergebnis EBITDA um 6 Prozent auf 26,3 Mio. Franken (12,3% des Gesamterlöses). Gewachsen ist die Gruppe wie auch in den Jahren zuvor primär dank Akquisitionen. Zwölf Betriebe in den Bereichen Hotellerie, Gemeinschaftsgastronomie und Bäckerei-Konditorei wurden dazugewonnen. Zugelegt beim Umsatz hat die Unternehmung in allen Segmenten: am stärksten jedoch in der Hotellerie (plus 29%) – dank dem Erwerb der drei Zürich-Hotels. Die Gemeinschaftsgastronomie macht immer noch den Löwenanteil aus (48,8% vom Gesamtumsatz, davon 40% im Segment Bildung).

Insbesondere die juristische Form als Genossenschaft ermöglicht das stolze Wachstum. «Wir müssen keine Dividende auszahlen und können den Erlös vollumfänglich wieder ins Unternehmen investieren», so CEO Andreas Hunziker.

Eldora als neuer Konkurrent

Die Faktoren, welche die ZFV-Unternehmungen so erfolgreich machen, ortet Andreas Hunziker aber auch in den «masse-

schneiderten Lösungen», welche der ZFV seinen Kunden bietet: Individualität und eine durchgehend regionale, frische Küche, hoben die Unternehmung von der Konkurrenz ab.

Der ZFV, der damit eine Nische individueller Gemeinschaftsgastronomie besetzt, sieht sich neu mit Mitspielern mit vergleichbarer Strategie konfrontiert: DSR will künftig unter der Marke Eldora ebenfalls auf Qualität statt Quantität setzen (htr hotelrevue von letzter Woche). Andreas Hunziker nimmt die neuen Marktverhältnisse gelassen. «Das fordert uns, unser Unternehmen weiter zu entwickeln.» In der Gemeinschaftsverpflegung will man wieder weg vom teilweise angebotenen Ampel-System, welches dem Gast die Nährwerte des Menüs kommuniziert, hin zur Verbindung von Gesundheit und Nachhaltigkeit. Noch stärker ausschöpfen will Hunziker Synergien zwischen Gemeinschaftsgastronomie (102 Betrie-

«Die neuen Marktverhältnisse fordern uns, uns weiter zu entwickeln.»

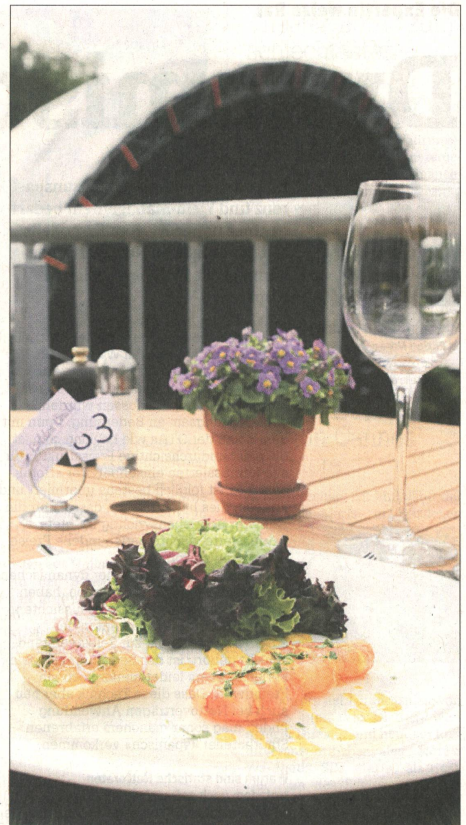
Andreas Hunziker
CEO ZFV-Unternehmungen

be), Hotellerie (17 Hotels), öffentliche Restaurants (13 Betriebe), Eventcatering (4 Betriebe) und der Bäckerei-Konditorei Kleiner (13 Betriebe): wie mittels Crossselling oder Vertikalisierung. So sollen Kleiner-Backwaren in der eigenen Gastronomie vermehrt Einzug halten.

Sorgenkind: Bäckerei Kleiner

Kleiner erzielt heute die Hälfte des Umsatzes im Direktgeschäft, die andere Hälfte mit Belieferung in der Gastronomie. Bei der Bäckerei-Division sei man punkto Rentabilität noch nicht dort, wo man sein möchte, der Verwaltungsrat habe sich aber klar für ein Beibehalten dieser Sparte ausgesprochen.

Gestärkt wird die Verbindung zwischen den Divisionen auch durch die Vertretung der jeweiligen operativen Chefs in der Geschäftsleitung: Neu dabei der COO Gastronomie, Christoph Menti (ab Juli), neben Michael Thomann, COO Hotels. Hunziker: «Wir hatten uns überlegt, das operative Geschäft von einer Person vertreten zu lassen – haben uns dann aber bewusst für die Zweier-Variante entschieden.»



Weniger Umsatz, besseres Betriebsergebnis im Jahr 2013: das Segment Henris – Catering & Events der ZFV Unternehmungen.

ANZEIGE

DER MILESTONE 2014 AUF ZU NEUEN HÖHEN

Der MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz ehrt jedes Jahr die herausragendsten Projekte und Persönlichkeiten der Tourismuslandschaft Schweiz.

Reichen Sie jetzt Ihr Projekt ein: www.htr-milestone.ch

ANMELDESCHLUSS: 29. AUGUST 2014



Der MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz wird von der htr hotel revue und hotellerieuisse verliehen und vom SECO im Rahmen des Innovatur Förderprogramms unterstützt. Der MILESTONE steht unter dem Patronat des Schweizer Tourismus-Verbands.

innovation
tourism

htr hotelrevue

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Patronat
STV_FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione svizzera del turismo
Federaziun svizra dal turissem

Eventpartner
**ROULE HOTELIERE
LAUSANNE**

Die Expertin weiss Rat

Dynamische Nettoverträge



LESLIE MÜLLER
ist Product Managerin bei STC.
Sie beantwortet an dieser
Stelle alle zwei Wochen
Fragen rund um STC und
deren Dienstleistungsangebot.

Im Zeitalter von Angebotstransparenz und Yield-Management bedarf es eines neuen Nettopreismodells. Mit dynamischen Nettoverträgen können sich Hoteliers viel Ärger ersparen.

Der klassische Reiseveranstalter-Vertrieb unterliegt einem starken Wandel. Fixe Nettovertragsraten für bestimmte Saisonzeiten, wie sie regelmässig mit Wholesalern wie GTA abgeschlossen wurden, verlieren langsam an Bedeutung. Denn mit dem Boom der OTAs wie booking.com ist die einst undurchsichtige Preisstruktur für alle Interessierten einsehbar. Der «Hotelgast 2.0» ist folglich bestens informiert und kritisch; dies hat zur Folge, dass es für die Anbieter überlebenswichtig ist, stets aktualisierte, nachfragegebundene Preise kalkulieren zu können. Mit Yield-Management, einer dynamischen Preis- und Kontingentkalkulation, haben Hoteliers die besseren Erfolgsaussichten. Während Yield-Management in der Stadthotellerie längst zur Selbstverständlichkeit gehört, ist der Begriff für einzelne Ferienhoteller leider immer noch ein Fremdwort. Dass diese Technik aber auch bei Nettoverträgen Anwendung findet, mag sogar manchem erfahrenen Stadthoteller «spanisch» vorkommen.

Warum sind statische Nettoraten trotzdem noch gefragt?

Die klassischen Wholesaler-Raten, also die statischen FIT-Nettoraten, haben trotz modernen variablen Preismodellen nicht ausgedient. Im Gegenteil: Auch im Zeit-

alter von steigenden Onlinebuchungszahlen bevorzugen gewisse Kundensegmente, mitunter Gäste aus stark wachsenden Fernmärkten wie China, Russland und den Golfstaaten, weiterhin die bewährte Buchung beim Reiseveranstalter des Vertrauens. Nur fix im Voraus festgelegte Raten erlauben es den Tour-Operatoren (TOs), die Preise für die Reisekataloge zu kalkulieren. Dass diese starre Grossistenrate jedoch zeitweise markant höher oder tiefer ausfällt als die oft stark gezielte, marktorientierte Online-Endverkaufsrate (BAR), ist unumgänglich.

Welche Alternativen zu starren Nettoraten gibt es?

STC und verschiedene andere Reisemittler haben sich dem Zeitgeist angepasst. Wir setzen vermehrt auf ein neues Preismodell: die variable Nettorate. Abhängig von der gezielten BAR-Rate, bewegt sie sich laufend auf und ab. Im entsprechenden Vertrag wird folglich statt absoluten Preisen lediglich ein Prozentsatz festgelegt, der den Preisabschlag von der Best Available Rate definiert. Dabei erfolgt der Vertrieb der Rate über eine ausschliesslich für TOs zugängliche Buchungsmaschine. Dieser Ansatz hat anfänglich bei vielen Hoteliers Stirnrunzeln und Skepsis ausgelöst. Seither arbeiten aber bereits zahlreiche Betriebe erfolgreich mit diesem neuartigen Nettopreismodell.

Welche Vorteile bieten variable Nettoverträge?

Der Hotelier erspart sich damit vor allem eines: einen Haufen Ärger. Die ursprüngliche starre Preispolitik lässt sich kaum bis gar nicht mit der dynamischen Struktur



Mit variablen Nettoraten können sich Hoteliers viel Ärger ersparen.

Fotolia

vereinbaren. Viele Hoteliers mussten diese schmerzliche Erfahrung schon machen. Im Zeitalter der absoluten Flexibilität und Dynamik stehen fixe Raten quer in der Landschaft – und gefährden beträchtlich die Raten-Integrität der Hotels. Das Thema Ratenparität lässt grüssen. Die meisten Konsumenten haben sich an das stete Auf und Ab bei Flug- oder Hotelpreisen gewöhnt. Sie vertrauen längst nicht mehr blind jedem Reisebüro. Nur allzu oft mussten Konsumenten erfahren, dass online dasselbe Package weit günstiger zu

finden ist. Zu Hause werden deshalb Angebot und Preis nochmals minutiös durchleuchtet – dank effizienten Vergleichsportalen wie Trivago ein kinderleichtes Unterfangen. Bestätigen sich Ihre Befürchtungen, verlieren alle Beteiligten: Wholesaler, TOs, Reisebüros, Hoteliers und nicht zuletzt die verärgerten Kunden. Mit variablen Nettoverträgen lassen sich solche unschöne Probleme aus dem Weg schaffen.

Unser Tipp: Suchen Sie mit Ihren Nettovertragspartnern eine Lösung. Bringen Sie mehr Dynamik in Ihren Wholesalervertrieb und führen Sie, wo immer möglich, schon heute variable Nettoraten ein. STC bietet die technischen Möglichkeiten und berät Sie gerne.

STC als kompetente Dienstleistungs-Partnerin

STC Switzerland Travel Centre, eine Tochtergesellschaft von hoteliersuisse, SBB und Schweiz Tourismus, vertreibt Schweizer Hotel- und Bahndienstleistungen weltweit. STC bietet Schweizer Hotels einen einfachen und kostengünstigen Zugang zu Direktkunden und Veranstaltern weltweit sowie zu attraktiven Angebotskampagnen in der Schweiz.



Haben Sie Fragen an STC?
Telefon 043 210 55 15
(Mo-Fr, 8-17 Uhr)

E-Mail:
hotelhelpdesk@stc.ch

MARKTNOTIZEN



Swiss Premium Selection – Mineralwasser mit Niveau

Die Mineralwasser der Swiss Premium Selection gelten als ausgesprochen sympathisch, wirtschaftlich und authentisch. Warum eigentlich?

Sympathisch: Ihr Design ist schlicht, natürlich, zurückhaltend und doch markieren die Premium-Flaschen von Arkina und Rhätzer Präsenz auf dem Tisch. Sie sind reduziert in der Form, aber nicht im Inhalt. Qualität wird fassbar. Glasklar gewähren die Flaschen Durchblick und bekennen trotzdem Farbe, ein wenig Blau, ein wenig Grün in den dezenten Schriftzügen. Dieselben Farben rund um das Flaschenensemble ab, als Alu-Drehverschlüsse, blau Arkina, grün Rhätzer.

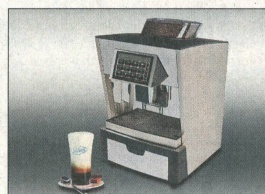
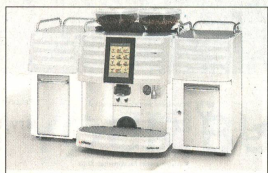
Wirtschaftlich: Bei den Schweizer Originalen Arkina und Rhätzer stimmen Qualität, Aufmachung und Wirtschaftlichkeit. Die Mineralwasser der Swiss Premium Selection sind in den zwei praktischen Flaschengrößen 40 und 80 cl erhältlich. Mit nur vier Artikeln decken Gastrobetriebe damit das gesamte Spektrum an Schweizer Qualitätswasser ab. Das Angebot ist auf die gehobene Gastronomie sowie auf Hotels, inklusive Seminarhotels ausgerichtet.

Authentisch: Die zwei Schweizer Urgesteine, von den Alpen höchstpersönlich verfeinert, erfüllen diesen Anspruch. Arkina ist nur leicht mineralisiert (464,5 mg/l). Es schmeckt natürlich und ausgewogen und wird in der Swiss Premium Selection als stilles Mineralwasser geführt. Gehaltvoller ist das kohlen-säurehaltige Rhätzer (1701 mg/l); es fördert Wohlbefinden, Vitalität.

Die Kunst der Vielfalt

Mit neuen Ausstattungsoptionen und der Weiterentwicklung bestehender Zubehörkomponten trägt der traditionsreiche Schweizer Kaffeemaschinenhersteller Schaerer den gesteigerten Ansprüchen an die Qualität von Kaffee-Milch-Kompositionen gezielt Rechnung: Genussvolles Highlight ist in diesem Zusammenhang der Flavour Point für die Schaerer Coffee Art. Dieses moderne Sirupsystem kann bis zu vier verschiedene Geschmacksrichtungen gleichzeitig verarbeiten und garantiert den Gastronomen somit enorme Spielräume bei der automatisierten Zubereitung individueller heisser und kalter Getränkespezialitäten. Der jeweilige Mix aus Sirupsorten, Milch und Kaffee lässt sich pro Getränk programmieren und über eine Taste auf dem Display hinterlegen. Die Ausgabe erfolgt auf Knopfdruck, wobei Anwender zu jeder Zeit auf gleichbleibende Qualität vertrauen können. Gleichzeitig wurden auch die Darstellungsmöglichkeiten auf dem Touchscreen der Schaerer Coffee Art gezielt optimiert. Statt der bisherigen Icons für die einzelnen verfügbaren Getränke werden optisch ansprechende Fotos der jeweiligen Kompositionen angezeigt.

www.schaerer.com



Die BLACK&WHITE ONE von Thermoplan.

Kaffeegenuss im Kompaktformat

Mit der BLACK&WHITE ONE setzt Thermoplan neue Massstäbe – der energieeffiziente, kompakte Kaffee-Vollautomat besticht durch clevere Detaillösungen und bietet eine immense Produktvielfalt.

Mit dem grossen Touchscreen geht die Bedienung spielerisch leicht von der Hand. Der Abruf von Kaffee-Spezialitäten sowie die Bedienung des automatischen Reinigungsprogramms erschliessen sich intuitiv. Ein langlebiges Aluminiummahlwerk mit gehärteten Stahlscheiben besorgt den Mahlvorgang. Die Brüheinheit ist aus einem robusten und temperaturbeständigen, kohlefaserverstärkten Kunststoff gefertigt.

Die BLACK&WHITE ONE ist mit dem einzigartigen Milchsystem ausgestattet. Für Spezialitäten mit Milch oder Milchschaum – anregend heiss oder erfrischend kühl.

Der optional erhältliche Single Milchauslauf krönt Spezialitäten-Produkte mit einem formvollendeten, cremigen Milchschaumberg, während es das alternativ lieferbare, praktische POD-System erlaubt, das Gerät mit marktüblichen Kaffee-Pads zu betreiben.

Die BLACK&WHITE ONE deckt alle Anforderungen ab, die heute von einem modernen, leistungsfähigen Vollautomaten erwartet werden – trotz oder gerade wegen ihres kompakten Formats.

www.thermoplan.ch

Begeisterte Gäste – inklusive!

VEGA verrät zahlreiche Erfolgsrezepte

VEGA bietet ab sofort nicht nur Inspirationen und die dazu passenden Produkte. Neu sind in den Themenkatalogen wie auch im Online-Shop ganz konkrete «Erfolgsrezepte», die jeder Gastronom sofort ohne grossen Aufwand umsetzen kann – erstmals zu finden im aktuellen Katalog «Mini-Highlights – 1001 Möglichkeiten».

Mehr Fantasie in den gastronomischen Alltag zu bringen, ist gar nicht so schwer. Mit verschiedenen Mini-Elementen lässt sich jeder Tisch, jedes Buffet, jedes Catering immer wieder neu und spannend inszenieren. VEGA präsentiert die «grossen Kleinen» im aktuellen Themenkatalog: Gläsern und Schüsseln, Löffel und Terrinen im Miniaturformat sind die heimlichen Stars im Sortiment. Eine riesige Auswahl in enormer Vielfalt und der attraktive Preis machen es leicht, sich mit den smarten Mini-Pieces einzudecken. Sie bieten 1001 Möglichkeiten für kulinarische Überraschungen.

Wie man mit den Minis Zusatzgeschäft generiert, verrät der VEGA Themenkatalog in insgesamt sieben Erfolgsrezepten.

Der neue Katalog und alle Erfolgsrezepte können unter www.vega-ch.com/erfolgsrezepte auch online angesehen werden.



Der neue Katalog von der VEGA Gastronomiebedarf GmbH.



Kostenloser Postkartenversand mit der PostCard-Creator-App.

Postkarten gratis übers Handy verschicken

Die Schweizerische Post lanciert eine Postkarten-App für iPhones. Damit können Interessierte täglich eine Postkarte gratis an eine Adresse in der Schweiz oder im Fürstentum Liechtenstein verschicken. Die Fotogrüsse landen dann per A-Post im Briefkasten der Empfänger.

Dank der kostenlosen PostCard-Creator-App für das iPhone können Nutzer pro 24 Stunden je eine individuelle Postkarte gratis an eine Adresse in der Schweiz oder im Fürstentum Liechtenstein verschicken. Die Anwendung ist einfach: Man nimmt ein Foto auf oder wählt ein Bild aus dem Fotoalbum aus, fügt einen Text ein, bestimmt den gewünschten Empfänger und schickt den Auftrag ab. Die Post übernimmt danach Druck und Versand der Postkarte per A-Post.

PostCard Creator für professionelle Mailings

Die PostCard-Creator-App ist bewusst einfach gehalten. Kundinnen und Kunden, die mehr Funktionalitäten wünschen oder mehrere Postkarten gleichzeitig verschicken möchten, können auf den kostenpflichtigen PostCard Creator unter www.post.ch/postcardcreator zugreifen. Mit diesem Online-Tool können adressierte Postkartenmailings, Gutscheinkarten, Einladungskarten oder Flyer gestaltet werden. Auch hier sorgt die Post für den Druck und den termingerechten Versand.

www.post.ch/postcardcreator



Feine Nase für guten Kaffee

An der World Cup Taster Championship in Melbourne holte sich der Berner Kaffee-Sensorik-Profi Mathias Bühler den ausgezeichneten sechsten Platz.

FRANZISKA EGLI

Obwohl nicht auf dem Siegerpodest, ist er ganz vorne mit dabei: Mathias Bühler, der Berner, der an der Kaffee-Weltmeisterschaft im australischen Melbourne die Schweiz in der Disziplin Cup Tasting vertrat und Sechster wurde. 37 Länder haben sich dem anspruchsvollen Sensorik-Wettbewerb gestellt, bei dem es gilt, aus Dreiersets innert kürzester Zeit jeweils jenen sortenreinen Kaffee zu identifizieren, der sich von den anderen abhebt. «Das ist der beste Rang seit 2006,

als Gloria Pedroza in Bern Weltmeisterin wurde», sagt ein hörbar stolzer Armin Luginbühl vom Swiss SCAE, dem Schweizer Chapter des europäischen Spezialitätenkaffeeverbandes. Bühler, Barista Schweizermeister 2010 und Aussendienstmitarbeiter der Rogalla Dalla Corte AG, führte gar nach der ersten Runde mit acht von acht möglichen Richtigen, und das mit einer laut Luginbühl «super Zeit von 5:15 Minuten». Im Viertelfinale sicherte er sich sieben Richtige innert 4:42 Minuten, im Halbfinale fünf Rich-



Führte nach der ersten Runde: Cup Taster Mathias Bühler. zvg www.swisscsc.ch

tige in 5:18 Minuten. Gesiegt hat mit sechs von acht möglichen Richtigen in 3:48 Minuten Pang-Yu Liu aus Taiwan. Zweite wurde Amanda Juris aus den USA (5 in 3:51) vor Panu Reinikainen aus Finnland (5 in 7:48) und Yoeri Joosten aus Holland (4 in 3:37).

An der Barista Weltmeisterschaft in Rimini vom 10. bis 12. Juni wird die Schweiz von der Zürcher Barista Nina Rimpl und dem Basler Brewer Benjamin Hohlmann vertreten.

News

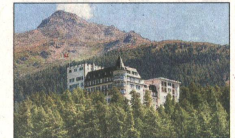
Theater-Battle zum schlechtesten Nahrungsmittel

«Hunger for Trade» ist ein international vernetztes Theaterprojekt rund um den globalen Nahrungsmittelmittelmarkt. Aktuellste Inszenierung: der von den Performancekünstlern Martin Schick und Mirko Winkel vom 27. bis 30. Mai im Berner Schlachthaus Theater veranstaltete Wettbewerb zu den zehn problematischsten Nahrungsmitteln, wie etwa die Banane oder das Poulet. In einer Battle kämpfen die «Lebensmittel» um den Titel des «Switzerland's Next Top Problem».

www.schlachthaus.ch

Film «Sils Maria» feiert in Cannes Premiere

Morgen Freitag, 23. Juni, läuft der Film «Sils Maria» im offiziellen



zvg

Wettbewerb der Filmfestspiele von Cannes – mit Felix Dietrich, ehemaliger Direktor und heutiger Kulturverantwortlicher des **Hotels Waldhaus Sils Maria**, als Gast. Der Film des Regisseurs Olivier Assayas mit Juliette Binoche und Kirsten Steward in den Hauptrollen wurde letzten September mitunter im Engadin gedreht, Drehorte waren dabei das historische Hotel Waldhaus sowie Furtischel. Filmstart in der Schweiz ist der 11. Dezember 2014.

Best Taste Trading übernimmt Traditionsbrennerei

Die Best Taste Trading GmbH in Wallisellen übernimmt mit der S. Fassbind AG eine der ältesten gewerblichen Brennereien der Schweiz. Damit sichert sie den Fortbestand einer der grössten Destillieren hierzulande und führt das Schweizer Unternehmen zurück in Schweizer Hände. Seit 2007 ist die Best Taste Trading in der Schweiz exklusiv-Distributorin der Produkte aus der Destillerie Fassbind. Mit der Übernahme will der Distributor von Premium-Spirituen die Marke Fassbind weiter stärken und ausbauen. Die Firmen operieren aber selbstständig. fee

www.besttaste.ch

ANZEIG

Wir erreichen Fred Hürst im Auto zwischen Luzern und Friedrichshafen. Auf dem Weg zu einem geschäftlichen Termin. Morgen geht es weiter nach Berlin, sechs, sieben Stunden auf der Autobahn. Hürst war bis 2013 «Mister Hyatt» in Deutschland. Der gebürtige Zürcher steuerte die Expansion der amerikanischen Hotelgruppe und managte selber mit Umsicht das «Regency» in Köln und das «Grand Hyatt» in Berlin. Hürst hat sich vorzeitig pensionieren lassen, aber nicht weil er die Nase voll hatte von der Hotellerie. Im Gegenteil, er wollte im Spätherbst seiner Karriere etwas Eigenes aufbauen.

Fred Hürst beteiligte sich an einer Hotelberatungsfirma, bezog ein Büro in Luzern und kann sich über mangelnde Anfragen nicht beklagen. Aber der 64-Jährige ist in diesem Jahr erst einmal auf dem Golfplatz gestanden. «Dabei wollte ich mein Handicap von 25 auf 18 drücken», schmunzelt der Neo-Unternehmer.

Michel Rey erreichen wir in seinem Home Office in Küssnacht ZH. Anfang Woche war er in Paris, gestern Abend wurde es spät bei einer Sitzung der Kipsi-Ball-Stiftung, jetzt wartet Rey auf einen Anruf aus Moskau. Der schweizerisch-monegasische Doppelbürger ist fünf Jahre älter als Fred Hürst, 2013 gab er nach 32 Jahren die

Kolumne



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

Grosse Hotel-direktoren im grossen Unruhestand

Führung des «Baur au Lac» in Zürich ab, das er zu einem der besten Cityhotels der Welt gemacht hatte. Eigentlich wollte auch er an seinem Golf-Handicap arbeiten und die Fingerfertigkeit auf den Tasten seines Steinways verbessern: «Aber jetzt arbeite ich wieder 100 Prozent.» Als Verwaltungsrat der grössten Hotelgruppe in Monaco, des «Baur au Lac» und von Sawiris' Andermatt Swiss Alps. Und als VR-Boss des Hotels Metropol in Moskau, das für 150 Millionen Dollar aufgerüstet werden soll. Rey ist im Schuss, er scheint zufrieden mit sich und der Welt. «Solange die Gesundheit mitspielt, mache ich das gerne», sagt er, «obwohl ich etwas zu oft auf Achse bin.»

Zwei Grosse der Branche, zwei verdiente Hoteliers, die sich, finanziell bestimmt gut versorgt, zurücklehnen könnten: Warum reihen sich Hürst und Rey nicht in die Riege der Pensionäre ein wie Schullehrer, Apotheker oder Beamte?

Weil sie ihren Job heiss liebten und als Vollblut-Hoteliers mit Feuereifer unterwegs waren. Und weil sie schnell gemerkt haben, dass Erfahrung und Know-how weiter gefragt sind. Seine Kunden begrüsst es, mit einem gelassenen Routinier am Verhandlungstisch zu sitzen statt mit nervösen Studienabgängern, sagt Hürst. Und der ambitionierte «Metropol»-Besitzer Alexander Klachyn tut gut daran,

die Ratschläge von Michel Rey zu befolgen, wenn denn das Hotel beim Bolschoi-Theater wieder zur Nummer 1 der russischen Hauptstadt werden soll.

Wir erreichen Vic Jakob in seinem Büro im Hotel Suvretta House in St. Moritz. Er hat gestern bis 23 Uhr aufgeräumt und Akten geordnet. Jakob ist 65 Jahre alt, sein Nachfolger wird das Luxushotel in die Sommersaison führen. Aber im Gegensatz zu Hürst und Rey mutieren Jakob und seine Frau Helene zu richtigen Pensionären.

Er freue sich, sagt der stets um Diskretion bemühte Hotelier, nach 23 fordernden Jahren in der hochsternigen Saisonhotellerie, kürzerzutreten und lange vernachlässigte Hobbys zu intensivieren. Sein Nachfolger brauche sich nicht zu fürchten, witzelt der Grandseigneur der Engadiner Hotellszene, er werde nicht jeden zweiten Tag im Suvretta House auftauchen und Tipps geben. Aber dann sagt Vic Jakob auch: «Ich werde dem Tourismus verbunden bleiben.» Er nimmt Einsitz im Verwaltungsrat des Suvretta House, das zum kompletten Resort ausgebaut werden soll.

Man wird also nicht nur weiterhin hören von Fred Hürst und Michel Rey, sondern auch von Vic Jakob. Das sind doch erfreuliche Nachrichten.

Impulse für die Schweizer Hotellerie

Expertenforum des Beraternetzwerks



8. Mai 2014 – Hotel Schweizerhof Luzern
12. Juni 2014 – Hotel du Parc Baden
30. Oktober 2014 – Hotel St. Gotthard Zürich

Input 1/2014: Revenue Management 3.0 Big Data
Input 2/2014: Online Marketing
Input 3/2014: Hotel der Zukunft

Detailprogramm und Anmeldeformular finden Sie unter www.hotelleriesuisse.ch/expertenforum

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Hotellerie

Gerhard Richter
und Post-it-Kunst
im «Les Trois Rois»

Anlässlich der Werkschau des Künstlers Gerhard Richter in der Fondation Beyeler in Riehen BS bietet das Grand Hotel Les Trois Rois in Basel seinen Gästen ein Package, bei dem sie an einem Post-it-Kunstwerk für Richter mitwirken können. Am Ausstellungsende im September werden alle Klebezettel zusammengefügt und als Gesamtkunstwerk an Gerhard Richter übergeben.

www.lesroisrois.com

Auszeichnung

Saurer Museum
in Arbon erhält
europäischen Preis



Mit dem Silletto-Preis hat das Saurer Museum in Arbon TG eine bedeutende europäische Auszeichnung erhalten. Das kleine Ausstellungshaus zeigt Oldtimer des ehemaligen Lastwagenherstellers Saurer sowie historische Web- und Strickmaschinen. Das Museum wird geehrt für seine vorbildliche Freiwilligenarbeit. fee

www.saurermuseum.ch

Das Hotel und sein Meister

Das neue Buch «Bareiss – Der Unternehmer. Das Unternehmen» ist eine schöne, lesenswerte Hommage an den deutschen Top-Hotelier und Unternehmer Hermann Bareiss.

SABRINA GLANZMANN

Mit Biografien oder grossen Porträt-Bänden von Unternehmern und ihren Betrieben ist das so eine Sache. Beinhalten sie vor allem chronologische Aneinanderreihungen und Aufzählungen, bleiben sie in der Halbdistanz. Sind sie vor allem auf die einschneidenden, «spektakulärsten» Ereignisse aus, kommen sie meistens unvollständig daher.

«Bareiss – Der Unternehmer. Das Unternehmen» verbindet auf eine angenehme Art und Weise beide Varianten: Autor H.P.O. Breuer's Hommage an den deutschen Erfolgshotelier Hermann Bareiss und dessen gleichnamiges Haus liest sich wie ein infor-



mativer und spannender Fortsetzungsroman, auf dessen nächsten Teil man nicht warten möchte.

«Von Kindesbeinen an mit Gästen gross geworden»

Die Geschichte von Hermann Bareiss ist natürlich die Geschichte des «Bareiss» in Baiersbrunn im Schwarzwald, das heute als eines der besten Hotels in



Die Aussenansicht des Hotel Bareiss im deutschen Baiersbrunn.

© Hotel Bareiss

Deutschland und ganz Europa gilt – nicht erst seit der Auszeichnung als «Best Resort in Europe» 2012 und seit das Fine-Dining-Restaurant im Haus mit Küchenchef Claus-Peter Lumpp im siebten Jahr drei Michelin-Sterne hält. Der Aufstieg war kontinuierlich, seit Mutter Hermine Bareiss das Haus 1951 als «Kurhotel Mittelaltal» gegründet hatte; als Kriegswitwe und mit zwei kleinen Kindern.

«Man muss kein Psychologe sein, um eine Verbindung zu dem herzustellen, was dann später aus meiner Schwester und mir geworden ist: Wirtsleute. Von Kindesbeinen an sind wir mit Gästen gross geworden» so Hermann Bareiss am Anfang des Buches.

Was und wie alles zu diesem «später» geführt hat, erzählt H.P.O. Breuer abwechslungsreich mittels Interviews mit Bareiss selbst, er liefert geschichtliche, zeitliche Einordnung oder lässt bekannte Persönlichkeiten ihre eigenen Texte und ihre Verbindung zu Bareiss schildern.

Ein Stück deutsche Zeit- und Hotelgeschichte

Der Autor selbst kennt den Gastgeber, der seit 1973 das Haus leitet, seit vielen Jahren und ist mit ihm freundschaftlich verbunden – das verhilft dem Buch zu sehr viel Humor und zu einem persönlichen Zugang zu Fotoalben und den Familiengeschichten und -erinnerungen. Gemein-

sam blicken die beiden auf vergangene Jahrzehnte zurück und wagen auch einen Blick in die Zukunft – mit Sohn Hannes an den Schalthebeln. Zahlreiche Beiträge von Alain Ducasse, Eckart Witzigmann, Ingegrit Volkhardt, Günther H. Oettinger sowie anderen Wegbegleitern runden die Beiträge ab. Entstanden ist ein empfehlenswertes Buch, das ein Stück deutsche Zeit- und Hotelgeschichte lebendig werden lässt.

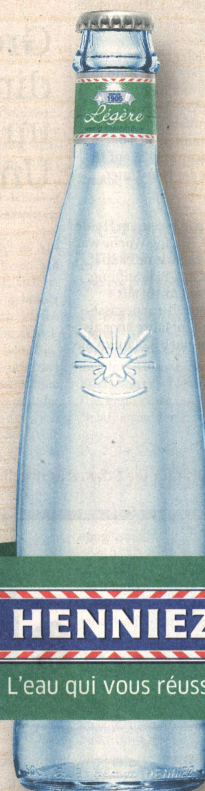
H.P.O. Breuer, Bareiss – Der Unternehmer. Das Unternehmen, Matthes Verlag, 208 Seiten, ISBN 3-87515-090-2, CHF 53.90

Das Buch ist erhältlich auf www.hotellerieuisse.ch/buchshop

ANZEIGE

1 MILLION
IN RESTAURANT-GUTSCHEINEN
ZU GEWINNEN
HENNIEZ.CH

HENNIEZ LÄDT INS
RESTAURANT EIN



HENNIEZ

L'eau qui vous réussit.



Romantische Stimmung: Eines der elf Häuser des Bungalow-Hotelkonzeptes Dunton Hot Springs in den Rocky Mountains.

Bilder: zvg

Kleine Luxushäuser mit grossem Charme

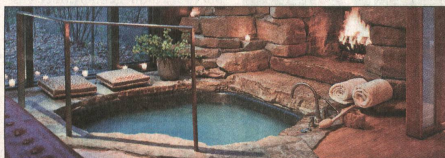
Blick ins Ausland In Nordamerika sind kleine Luxushotels mit wenigen Zimmern, viel Komfort und Individualität trendy – mit Preisen von bis zu 3500 Dollar pro Nacht.

HARALD WEISS

Die Idee der Boutique-Hotels war ursprünglich: klein, fein und trendy. Fein und trendy sind die meisten von ihnen auch. Doch Hotels mit dem Begriff «Boutique» zeigen sich in den USA heute häufig als Bettenburgen von über 200 Zimmern. Das New Yorker «Paramount» zum Beispiel hat 594 Zimmer, und New Yorks Boutique-Ikone Hudson sogar 821.

Neuerdings versuchen einige US-Hoteliere, sich wieder auf alte Tugenden zu besinnen, nach der Maxime: «Small is beautiful» – oder noch besser: «Very small is beautiful!». Die neuen US-Boutique-Hotels sind kleine Häuser mit wenigen Zimmern oder Bungalows, dafür mit viel Charme und Individualität. So klein und minimalistisch viele Häuser auch sind – auf die Preise trifft das nicht zu, denn in einigen gibt es kein Zimmer unter 2500 Dollar.

Vorreiter ist Rob Blood, der mit seinen Lark-Hotels den neuen Trend ausgelöst hat. Sechs Häuser betreibt Blood im Nordosten der USA. Das kleinste davon ist das «Pomegranate» mit nur acht Zimmern, das «grösste» ist «The Break», das mit 16 Zimmern doppelt so gross ist. Konzeptionell sind die Lark-Hotels B&B-Häuser, doch sie haben nichts gemein mit



Extravagante Ausstattung in den Suiten der «Twin Farms».

«In den US-Grossstädten lässt sich der Boutique-Hotel-Trend kaum realisieren.»

Andrew Sangster
Hotel-Analyst

nicht alleine. Im kalifornischen Weinbaugebiet Sonoma betreiben Peter und Pat Lenz ihr «Duchamp», konzeptionell ebenfalls ein B&B-Haus. Das Hotel besteht aus sechs identischen Bungalows, die mit ihren Blech-Dächern an umgebaute Garagen erinnern. Dieser Stil wird innen mit viel Edelstahl, Stein und Glas beibehalten. «Moderner Chic statt altem Plüsch», sagt Peter Lenz. Seine Preise beginnen bei 375 Dollar, sind also vergleichbar mit denjenigen der Lark-Hotels.

Ein Bungalow-Konzept ganz anderer Art bietet das Dunton Hot Springs in den Rocky Mountains, im Südwesten von Colora-

do. Das Hotel war früher ein echtes Dorf von Goldgräbern und wurde dann zur Geisterstadt. Heute sind elf der einstigen Hütten komplett restauriert. Zusammen mit einem Zelt, einem Haupthaus und dem Bungalow des Managers ist dies das ganze



Das «Wohnzimmer» im «Pomegranate», dem kleinsten der sechs Häuser, die zu den Lark Hotels gehören.

Gastronomiepartner mit Zukunft

Für Gastronomiebetriebe wird es immer schwieriger sich von der Konkurrenz abzuheben. Gleichzeitig stellen die Gäste immer häufiger Fragen zu Herkunft und Produktionsbedingungen der konsumierten Lebensmittel.

Dieser Thematik können Gastgeber begegnen, indem sie ihre Auswahl an regionalen Erzeugnissen mit Fairtrade-zertifizierten Produkten ergänzen. Wenn Gastronomen ihren Gästen Produkte wie Kaffee, Tee oder Kakao aus dem fairen Handel anbieten, kommunizieren sie klar, dass sie die Kleinbauern unterstützen, und garantieren damit ihrer Kundschaft den Konsum von Lebensmitteln, die unter sozial und ökologisch nachhaltigen Bedingungen angebaut werden. Das seit 2006 stetig wachsende Sortiment Fairtrade-zertifizierter Produkte für die Gastronomie bietet Betriebsleitern sowie auch Hoteliers die Möglichkeit, ihren Gästen eine breite Frühstücksauswahl anzubieten und regionale Kostlichkeiten mit exotischen Produkten zu verbinden.

Im Rahmen der Max Havelaar-Kampagne «Fairtrade Break(fast)» und «Wir kochen fair» können die bestehenden und zukünftigen Partner ihr Engagement für die Kleinbauern und Arbeiterinnen noch stärker nach aussen zu tragen. Ihnen stehen dazu Unterstützungsmaterial, Max Havelaar-Kampagnen und Kommunikationsplattformen zur Verfügung, die dazu beitragen, die Gäste zu begeistern. Wer sich als Gastronomiepartner bei Fairtrade Max Havelaar anmeldet, profitiert von den Vorteilen eines Eintrags im Online-Finder für Gastrobetriebe. Mehr Informationen dazu gibt es auf der Webseite:

www.maxhavelaar.ch/gastronomie

Wein

Kosovarische Weine im Interlakner «Wine Art»

Im Rahmen der Veranstaltungsreihe «Eiger, Mönch & Wein», bei der 12 Berner Oberländer Hotels und Restaurants mitwirken, lädt das Interlakner Restaurant Wine Art am 31. Mai 2014 zur «weinkulturellen Verbindung Schweiz – Kosovo»: Zu Gast ist Bekim Hoxha, der acht Hektaren Rebland im Weinbaugebiet von Rahovec im Kosovo kultiviert. Der nächste Anlass findet im Grandhotel Giessbach statt.

www.weintage.ch

News

50 Veranstaltungen zum Thema «Verdichtung»

Der Schweizer Heimatschutz nimmt sich dem Schlagwort «Verdichtung» an: Er bietet über 50 Veranstaltungen rund um das Thema «Freiräume in der Schweiz» und lädt so jeweils vor Ort zum Nachdenken, Diskutieren und Entdecken ein. Das Veranstaltungsangebot reicht von der Diskussionsrunde über den öffentlichen Raum im Spannungsfeld globaler Investoren im neuen Bürgenstock-Resort und über ein Referat im Info Center Andermatt zum Thema «Vom traditionsreichen Bergdorf zur Ganzjahresdestination» bis zur Besichtigung entlang historischer und aktueller Marktplätze in Burgdorf.

www.heimatschutz.ch/veranstaltungen

Gastronomie

In Luzern eröffnet das erste «Tibits» der Zentralschweiz

Nach jahrelanger Suche hat es endlich geklappt: Das vegetarische Restaurant Tibits kommt nach Luzern. Im Rahmen der Modernisierungsmassnahmen im Bahnhof Luzern wird «Tibits» in den ersten Stock neben das künftige SBB Reisezentrum ziehen. Bis zum Umbau des ehemaligen Bahnhofbuffets erhalten die Luzerner voraussichtlich von Juli bis Oktober dieses Jahres ein «Pop-up-Tibits». fee

www.tibits.ch

PUBLIREPORTAGE



Sie sind konsequente Verfechter einer modernen Naturküche: Acht junge Spitzenköche haben am Fachsymposium «Chef Alps» in Zürich ihre spannenden Ideen präsentiert.

SABRINA GLANZMANN

Spitzenküche beginnt heute schon am Ursprungsort der Produkte – das war das konsequente Motto an der diesjährigen Ausgabe des internationalen Kochsymposiums «Chef Alps». Konsequenterweise, weil die Organisatoren Adriano Pirola von der Agentur Woehle Pirola und Reto Mathis von Mathis Food Affairs acht junge Top-Köche nach Zürich-Oerlikon eingeladen haben, deren Verständnis von Naturküche über eine lokale, regionale und saisonale Verankerung weit hinausgeht.

Das Fazit nach zwei Tagen eindrücklicher Live-Kochshows in der Eventhalle Stage One am Montagabend: So individuell die Spitzenköche ihre jeweilige Philosophie auch verfolgen – gemeinsame Maximen sind in ihren Avantgarde-Küchen deutlich auszumachen. Dazu gehören folgende Punkte:

Austausch mit Experten und Wissenschaft ist wichtig

Der andalusische Sternekoch Ángel León, der nur Fisch und Produkte aus dem Meer verarbeitet, arbeitet seit Jahren eng mit Meeresbiologen diverser Universitäten zusammen und hat dabei unter anderem erforscht, wie verschiedene Fischereimethoden den Geschmack und die Textur der Fische merklich beeinflussen können.

Virgilio Martínez, der mit dem Restaurant Central in Lima auf Platz 4 der «Latin America's 50 Best Restaurants» rangiert, ist Mitbegründer der Initiative «Mater», der Ernährungswissenschaftler, Biolo-

gen und weitere Experten angehören. In den Anden hat die Initiative nach unbekannten oder in Vergessenheit geratenen Lebensmitteln gesucht, die Martínez heute in seinem Lokal verarbeitet. Mittels Fachaustausch legen die Köche also Grundsteine dafür, um Produkte aus der Umgebung besser zu verstehen und einzubinden.

Einbindung von Traditionen und Kultur sind Pflicht

Der erst 24-jährige Paul Andrias Ziska verfolgt eine lokale Küche im allerengsten Sinne: In seinem Restaurant «Koks» auf den Färöer Inseln arbeitet er ausschliesslich mit Produkten von den Färöern



Die Anden an den «Chef Alps» 2014 in Zürich: Kreation aus peruanischen Produkten von Spitzenkoch Virgilio Martínez. ChefAlps/Nadine Kägi

Die Teller der Natur



Stefano Baiocco (Villa Feltrinelli, Gargnano): Buntes Pre-Dessert aus 150 Kräutern und Blüten direkt aus dem Hotelgarten. zvg



oder vom umliegenden Meer. Passend dazu setzt er die jahrhundertealte Fermentierungsmethode der Insel («Raest») ein, bei der Fleisch und Fisch an der salzigen Luft oder in Trockenhäusern aufgehängt werden. Jahrhundertalt ist auch bei Virgilio Martínez eine Lagerungsmethode der Inkas, bei der er Kartoffeln im Boden auf über 4000 Metern über Meer auf natürliche Weise gefriergetrocknet lässt.

Auch die Interpretation von traditionellen Gerichten und Produkten ist Pflicht: 2-Sterne-Koch Esben Holmboe Bang (Restaurant Maaemo, Oslo) serviert das norwegische Festtagsgericht Porridge

mit Sauerrahm, geräucherten und getrockneten Rentierherzen und Brombeeressig – der Gast soll sich durch die verschiedenen Lagen des Gerichts durcharbeiten und so originale norwegische Geschmacksnoten auf neue Art erfahren. Beim Spanier Josean Alia («Nerua», Bilbao) wird eine geräucherte Zwiebel wie ein Stockfisch als baskischer Klassiker schlechthin angerichtet und serviert. «Alte Gerichte sollen mit neuen Produkten beim Gast neue Gefühle wecken», sagt Alia zur Idee dahinter.

Die bestmögliche Regionalität zu bieten, ist das Ziel

Der Österreicher Andreas Döllerer («Döllerers Geniesserrestaurant», Golling) bringt Kaviar vom weissen Stör aus dem Salzburger Land auf den Tisch. Daniel Achilles hat im «Reinstoff» in Berlin die Felchen-Art Ostseeschnäpel, die bei Rostock/Usedom von jeher gefangen wird. Und Stefano Baiocco serviert in der «Villa Feltrinelli» in Gargnano (I) Kräuter aus den Mauern seiner Orangerie – sowie ein Pre-Dessert aus 150 Kräutern und Blüten aus dem hoteleigenen Garten.

Noch weiter geht Ángel León. Der ehemalige Matrose verwertet im «Aponiente» bei Cádiz sogenannte Rückwurf-Ware aus Andalusien: Fische, die zurück ins Meer geworfen werden, weil sie den Schmutz im Wasser aufnehmen und so als drittklassig gelten. León macht sie essbar, indem er sie in sauberes Wasser wechselt und so verarbeitet, dass sie den Gast an bekannte Gerichte erinnert: Mit «Braten» aus Thunfischkopf, «Chorizo» aus Meeräsche oder «Schweineschwarte» aus Moränenhaut will er dem Gast verschmähte oder unbekannte Meeresprodukte über die täuschende Optik und über den Gaumen näher bringen.

Kein Zweifel: Das Fachsymposium «Chef Alps» hat es auch dieses Jahr geschafft, auf sehr unmittelbare und «praktische» Weise Denkanstösse zu und Inspirationen für aktuellste Branchenthemen zu geben. Die nächste, vierte Ausgabe des Symposiums findet am 31. Mai und 1. Juni 2015 statt.

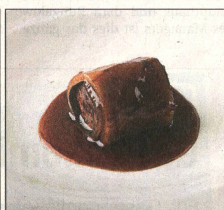
www.chef-alps.com



Daniel Achilles («Reinstoff», Berlin): Ostseeschnäpel, Sanddorn, Rapsstiele & Vogelmirren aus nächster Umgebung. ChefAlps/Nadine Kägi



Ángel León («Aponiente», El Puerto de Santa María/Cádiz): Regionaler Rückwurf Fisch in neuen Formen. ChefAlps/Nadine Kägi (l.), zvg (r.)



Paul Andrias Ziska («Koks», Tórshavn): Kabeljau, Kräuter, Karotte in Algen – ausschliesslich von den Färöer Inseln. ChefAlps/Nadine Kägi



Französische Patissier-Kunst vom Feinsten

Mit der Präzision eines Uhrmachers bot der französische Spitzenpatissier Olivier Bajard an der «Chef Alps» Einblick in die Zubereitung seiner süsssen Köstlichkeiten.

FRANZISKA EGLI

Etwas spitzbübisch, aber wie ein Patron alter Schule steht er auf der Showbühne: Die Arme vor der Brust verschränkt und mit einem Lächeln

auf den Lippen zählt Olivier Bajard aufs Gramm genau Zutaten für Zutat auf, die es für seine Vanillesablés, die karamellisierten Mandelpflättchen, die Mousse au Chocolat oder die Profiteroles braucht. Er betont die Wichtigkeit der perfekten Ofentemperatur, Backdauer oder Textur, welche die Köstlichkeiten erfordern. Er doziert über Dextrose und Glykose, während sein Chef Patissier Laurent Clément Bichon die Rezepte mit geübten Handgriffen in die Tat umsetzt und einen Traum von einer Süssspeise entstehen lässt.

Olivier Bajard fällt – wenn auch bewusst – aus dem Rahmen an

der «Chef Alps» 2014: Mit seinen 47 Jahren gehört er einer anderen Generation an als seine zum Teil sehr jungen «Chef-Alps»-Mitstreiter. Zudem schlägt sein Herz ausschliesslich für die süsssen Speisen, also die Pâtisserie, die Schokolade und Glaces. «Passion et l'amour du travail bien fait» lautet das Credo des erfolgreichen Franzosen. Er ist Inhaber von drei Pâtisserie-Confiseries in Süfrankreich und Fachbuchautor mit zahlreichen Auszeichnungen. Mit 29 Jahren wurde Bajard «Champion du Monde du Dessert» und ist nicht zuletzt Gründer der Ecole Internationale de Pâtisserie in

Perpignan, eine Art Mekka für Fachleute und Hobbykonditoren.

Wer vom «Besten Handwerker Frankreichs» («Meilleur Ouvrier de France de Pâtisserie») lernen will, ohne nach Perpignan reisen zu müssen: Die Schwyzer Schokoladenfabrik Felchlin bietet am 22., 23. und 24. September 2014 je ein eintägiges Demonstrationsseminar mit dem Meisterpatissier. Dabei wird Bajard die Zubereitung von klassischen wie auch modernen «Bûches de Noël» demonstrieren sowie aufzeigen, wie er seine «Tartes de Fête» zubereitet.

www.olivier-bajard.com



Ein eingespieltes Team: Dessertweltmeister Olivier Bajard (l.) und sein Chef Patissier Laurent Clément Bichon. ChefAlps/Nadine Kägi

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 21/22 · 22. Mai 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



50 JAHRE SCHULHOTELS

Entstanden als Antwort auf die Bedürfnisse der Nebensaison der Hotellerie in den Tourismusregionen, stützt sich das Schulhotelsystem heute längst nicht mehr ausschließlich auf die Saisonszeiten ab. Vielmehr machen Unterrichtsqualität, soziale Sicherheit und individuelle Lernerfolge das Modell des blockweisen Unterrichts zu einem für viele Unternehmen attraktiven und nachgefragten System. 50 Jahre Erfolg mit immer wieder neuen Innovationen machen, dass dieses anspruchsvolle interkantonale Modell von Ausbildnern wie Kantonen gleichermaßen geschätzt, unterstützt und empfohlen wird. Im Schulhotelmodell werden alle Sinne angesprochen, sei es im Klassenzimmer, in der Küche, am Empfang, in der Lerngruppe oder im Zimmer mit den Kolleginnen und Kollegen. Diese aktive Art lebendigen Lernens ist wohl die erfolgversprechendste und daher auch bewährteste Methode. Der Wandel ist stets präsent. Wie Jugendliche ihre Einstellung und Haltung stets neu definieren, entwickeln sich Lerninhalte, Lernformen, Umgangsformen und insbesondere die Begleitung und Betreuung der Jugendlichen laufend. Ein direktes Beispiel? Ein Jugendlicher ist verliebt und steckt seiner heimlichen Liebe ein kleines Zettelchen mit seiner Botschaft ins Schreibetui. Die Angesprochene meldet sich über Facebook und twittert darüber mit ihren besten Freundinnen. Heute tauschen Jugendliche private Bilder, Gedanken im Internet aus. Einmal veröffentlicht, sind diese ewig im Netz. Dies kann unfassbare negative Folgen für die Einzelnen haben, Cyber-Mobbing ist nur ein Thema. All-

fällige Schäden und andere Konsequenzen müssen zurückhaltend und sensibel in direkter persönlicher Intervention oder durch individuelle Betreuung aufgefangen werden. Ein weiteres Beispiel gefällig? Früher wurden die Worte des Lehrers als «die Wahrheit» aufgenommen. Heute, durch die vernetzte Welt, gleicht der Jugendliche das Wort der Lehrpersonen auf Wikipedia, Google und Co. direkt in der Schulstube ab, übt konstruktive Kritik und verlangt eine breite Sicht und verschiedene Wege zum Ziel. Dafür muss ein Schulhotelsystem mit integriertem Internet gerüstet sein. Eine gut organisierte Schulsozialarbeit und individuelle Förderung von Lernenden helfen, soziale, private und geschäftliche Probleme besser zu erkennen, zu verstehen und zu lösen. Professionelle Sensibilisierung auf aktuelle Themen wie Drogen- und Alkoholkonsum, Sexting und Mobbing können sofort aufgenommen und differenziert betrachtet werden. Für alle Mitarbeitenden ist es ein Riesenansporn, das für unsere Branche geschaffene Schulhotelsystem weiterhin für die Zukunft fit zu halten und die Jugendlichen auf das Berufsleben vorzubereiten und zu begleiten. Auch die nächsten 50 Jahre werden spannend und herausfordernd sein!



Daniel Thomet
Leiter Berufsfachschule Schulhotels
www.hotelleriesuisse.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Jeder Tag ist eine neue
Chance, das zu tun,
was du möchtest»

Friedrich von Schiller

AGENDA

3. JUNI

«Infoveranstaltung Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement», von hotelleriesuisse, im Seminarhotel Walhalla, in St. Gallen
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

19. JUNI

«Infoveranstaltung Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement», von hotelleriesuisse, im Hotel Bern, in Bern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

23. JULI

«Infoveranstaltung Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement», von hotelleriesuisse, im Hotel Ferienart, in Saas-Fee
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

AB AUGUST

«Lehrgang Diätetik und gesunde Ernährung», vom Schweizer Kochverband, in Gränichen, Luzern und Bern
www.hotelgastrounion.ch

11.-13. AUGUST

«Praktischer Vorbereitungskurs Bereichsleiter/-in Restauration EFA», vom Berufsverband Restauration, im Hotel Balsthal, in Balsthal
www.hotelgastrounion.ch

19. AUGUST

«Turning Lookers into Bookers Teil 1: Mehr Direktbuchungen bekommen», von hotelleriesuisse, im Hotel Storchen, in Zürich
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

Gesucht: Bademantel
Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch

hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

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 Unfälle vermieden werden können.

Raumklima

Gefährdung:

- Zugluft
- Schimmel, Bakterien

Mögliche Sicherung:

- Gesundheitsgefährdende Dämpfe, Nebel, Stäube und dergleichen müssen wenn möglich an der Entstehungsstelle bekämpft werden.
- Zugluft ist zu vermeiden; die Frischluft ist nötigenfalls zu erwärmen.
- Periodische Wartung und Reinigung der Klima- und Lüftungsanlagen (Filter und Kanäle) gemäss Angaben des Herstellers. Schimmelbefall entfernen und eventuell durch bauliche Massnahmen verhindern.

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

MACHEN SIE POSITIV AUF SICH AUFMERKSAM

Ganz gleich, ob Sie sich auf ein Inserat reaktiv oder aus eigener Initiative aktiv bewerben – mit dem Bewerbungsbrief drücken Sie Ihre Motivation für die Funktion, die Firma und/oder für das Produkt aus.

Die Werbung weiss es schon lange: Aufmerksamkeit erhalten Sie, indem Sie sich vom Rest unterscheiden. Nutzen Sie deshalb für Ihre Bewerbung das AIDA-Prinzip. AIDA ist eine Abkürzung für ein Werbewirkungsprinzip. Es steht für die englischen Begriffe Attention (Aufmerksamkeit), Interest (Interesse), Desire (Wunsch) und Action (Tätigkeit).

Ganz wichtig ist die saubere Gestaltung, denn das Bewerbungsschreiben ist Ihre erste Visitenkarte. Den Absender sollten Sie gestalten wie die Kopfzeile im Lebenslauf. Bei der Adresse des Empfängers ist neben dem Firmennamen und der richtigen Adresse auch der Name der verantwortlichen Person wichtig. Als Nächstes folgt die Referenz – zum Beispiel Inserat im «Profil» vom 14. März. Dann folgt eine persönliche Anrede: Sehr geehrte Frau X...

ERSTER TEXTBLOCK: ATTENTION – AUFMERKSAMKEIT WECKEN

Was ist Ihre Motivation für diese Stelle/Bewerbung? Warum fühlen Sie sich angesprochen? Was ist Ihnen über Stelle und Unternehmen bekannt? Was beeindruckt und fasziniert Sie? Welche Verbindung haben Sie zur Tätigkeit, zum Produkt, zum Unternehmen ...?

ZWEITER TEXTBLOCK: INTEREST – INTERESSE WECKEN

Was können Sie bieten? Wie werden Sie den fachlichen Anforderungen gerecht? Was sind

Ihre Kompetenzen? Was ist Ihre Leistungsmotivation? Welche Qualifikationen, Erfahrungen und Stärken bringen Sie für die Stelle mit? Welche früheren Tätigkeiten und Erfolge sind für Ihre Ansprechpartner interessant?

DRITTER TEXTBLOCK: DESIRE – BEDÜRFNISSE WECKEN

Warum Sie und nicht jemand anderes? Was ist Ihr USP, Ihr einzigartiges Verkaufsargument? Was sind Ihre besonderen Stärken, die Sie potenziellen Mitbewerberinnen voraushaben? Welches ist der Nutzen für das Unternehmen. Was können Sie für das Unternehmen tun? Warum ist eine Zusammenarbeit mit Ihnen für das Unternehmen interessant?

VIERTER TEXTBLOCK: ACTION – AKTION AUSLÖSEN

Positive, kurze und sympathische Schlussformulierung, die Vorfreude ausdrückt. Was streben Sie aktiv an (Vorstellungsgespräch, Telefonat, persönlichen Kontakt)? Wie geht es weiter, wie und zu welchem Zeitpunkt nehmen Sie erneut Kontakt auf?

Zum Schluss folgt eine Grussformel, ihre Unterschrift und die Erwähnung der Beilagen.

Mario Gsell

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

BUCHTIPP

EVENTS GUT PLANEN UND DURCHFÜHREN

Events sind heute aus vielen Gastrobetrieben nicht mehr wegzudenken. Das geht von Weingestaltungen bis zu Theaterabenden. Doch wie organisiert man einen Event? Worauf muss man achten bei der Vorbereitung? Dieses Buch vermittelt die vielfältigen Grundlagen des Event-Managements. Erfahrene Autorinnen und Autoren aus der Event-Branche sorgen für den Praxisbezug. Hochschuldozierende liefern die theoretische Basis der jungen Disziplin. Das Buch vermittelt die vielfältigen Grundlagen des Event-Managements, insbesondere was Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle betrifft. Es führt zu Handlungsempfehlungen auf der strategischen und operativen Ebene. Neben dem theoretischen Basiswissen werden Fragen der Konzeption, Planung, Durchführung und Kontrolle von Events sowie volkswirtschaftliche und kundenverhaltensbezogene Aspekte behandelt. Aktuelle Fallbeispiele zeigen die konkrete Realisierung von Projekten auf. Praxisorientierte Arbeitshilfen in Form von Checklisten helfen, auch komplexe Event-Ideen erfolgreich umzusetzen.



«Event-Management»

Versus Verlag
von Stephan M. Hirt
(Hrsg.)

ISBN
978-3-03909-139-3
CHF 75.00

AUS- UND WEITERBILDUNG



Wer gerne kommuniziert und eine Tätigkeit in der Hotellerie anstrebt, kann an der Hotel-Tourismus-Handelsschule hotelierische der Minerva eine kaufmännische Berufslehre in der Branche Hotel-Gastro-Tourismus machen. Die Lernenden absolvieren ein einjähriges Praktikum an der Reception eines Hotels und schliessen bereits nach zwei Jahren ein erstes Diplom ab, nach 3 Jahren folgt der KV-Abschluss. Die praxisnahe Ausbildung kann zweisprachig D/E oder mit integrierter Berufsmaturität absolviert werden.

Mehr Praxis. Mehr Perspektiven.

Aarau Baden Basel Bern Luzern St.Gallen Zürich
www.minervaschulen.ch

HOTEL-TOURISMUS-HANDELSCHULE

- Diplom Kaufm. Mitarbeitende
- Hotellerie + Tourismus
- Eidg. Fähigkeitszeugnis Kauffrau/Kaufmann



Vorteil
MINERVA
Eine Schule der Katalanen Bildungsgruppe Schweiz

31973-11002



Durchblick

Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement

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



DIREKTION



Für das erfolgreiche Hotel Bellavista im Tessin suchen wir per 1. Januar 2015 ein motiviertes, leidenschaftliches und kompetentes Direktionspaar.

Die Heberga AG, eine 100%ige Tochtergesellschaft des Touring Club Schweiz, betreibt 27 TCS-Campingplätze, das TCS-Hotel Schloss Ragaz*** in Bad Ragaz und das TCS-Hotel Bellavista*** in Vira-Gambarogno.

DIREKTIONSPAAR

Ihre Aufgaben

Die 3-Sterne-Hotelbungalowanlage mit 63 renovierten Zimmern und Saisonbetrieb liegt an wunderschöner Lage oberhalb des Lago di Maggione mit Sicht auf Locarno, Ascona und den See. Die grosse Hotelanlage ist mit einem Gartenschwimmbad und einem Restaurant mit traumhafter Terrasse ausgestattet. Ein kleiner Campingplatz am See ist dem Hotel angeschlossen. Das Haus mit überdurchschnittlicher Auslastung ist sehr beliebt bei TCS-Mitgliedern und geniesst einen hervorragenden Ruf. In dieser verantwortungsvollen Position repräsentieren und führen Sie mit Ihren Kompetenzen die Philosophie des Hauses. Sie rapportieren direkt an den Direktor der Heberga AG und koordinieren nationale Marketingaktivitäten mit dem zentralen TCS-Marketingteam.

Zu Ihren Aufgaben gehören:

- Führen der ganzen Belegschaft (27 Mitarbeiter)
- Investitions-, Budget- und Kostenstellenverantwortung
- Marketingaufgaben
- Laufende Qualitätssicherung und Optimierung im Zimmer- und F&B-Bereich
- Überwachung und Erhalt der Betriebssicherheit, der operativen Tätigkeiten im Haus und helfen nötigenfalls aus

Ihr Profil

Sie verfügen über eine solide Grund-, Aus- und Weiterbildung in der Hotellerie, inkl. Abschluss einer Hotelfachschule sowie erfolgreicher Praxis in Hotellerie und Gastronomie, wenn möglich in einer ähnlichen Position. Sie besitzen einwandfreie mündliche und schriftliche Italienischkenntnisse sowie Deutsch- und Französischkenntnisse. Sie sind eine starke Persönlichkeit und zum Gastgeber geboren.

Wir bieten Ihnen einen spannenden, abwechslungsreichen und lebendigen Arbeitsplatz mit einem motivierten Team sowie eine positionsgerechte Entlohnung und gute Sozialleistungen.

Reizt Sie diese Herausforderung?

Wenn Sie Ihre Fähigkeiten und Ihre Professionalität in den Dienst unseres Unternehmens stellen möchten und Ihre Voraussetzungen den Anforderungen entsprechen, so freuen wir uns auf die Zustellung Ihrer Bewerbungsunterlagen, inkl. Foto, bis am 15. Juni 2014, per E-Mail an futur@tcs.ch



Olten Tourismus

Olten Tourismus ist die Tourismusorganisation für die Region Olten und setzt sich für die touristische Imagebildung und Vermarktung ein.

Zur Führung unserer kleinen Organisation suchen wir per 1. September 2014 oder nach Vereinbarung eine dienstleistungs- und teamorientierte Persönlichkeit als

GeschäftsführerIn Olten Tourismus 80–100%

Ihre Aufgaben

- Administrative und operative Führung des Tourist Center
- Aufbau und Pflege von Kooperationen und Partnerschaften mit Leistungsträgern der Region sowie mit wichtigen Akteuren aus Wirtschaft und Politik
- Definition und Kontrolle von Qualitätsstandards
- Touristische Produkt- und Angebotsentwicklung
- Erarbeitung einer ausgewogenen Marktbearbeitung
- Erstellen und Überwachen des Budgets
- Mittelbeschaffung sowie Betreuung und Aufbau des Mitgliederstamms in Zusammenarbeit mit dem Vorstand
- Koordination und Weiterentwicklung des Projekts «Olten Meetings»

Ihr Profil

Sie überzeugen durch Ihre Initiative, dienstleistungsorientierte und motivierende Art und besitzen einen Hochschulabschluss im Bereich Tourismus. Sie verstehen es, die Partner und Leistungsträger der Region von Ihren Ideen zu überzeugen und sich im Sinne der Destinationsentwicklung aktiv einzubringen. Führungserfahrung und Kenntnisse der Region Olten sind erwünscht. Voraussetzungen sind sehr gute Sprach- (Deutsch, Englisch und Französisch) und Informatikkenntnisse sowie der Wille, die Region Olten im Bereich Tourismus weiterzubringen.

Wir bieten

Sie haben die Möglichkeit, eine Tourismusregion mit jungen und professionellen Strukturen nach einem erfolgreichen Aufbau weiterzuentwickeln. Interessante Projekte werden von Ihnen in einem spannenden Umfeld angegangen und umgesetzt. Zudem arbeiten Sie in einem kleinen Team, haben aber sehr nahen Kontakt zu den Leistungsträgern und zur Politik.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann erwartet der Präsident, Deny Sonderegger, gerne Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto. Reichen Sie diese bitte bis Ende Mai 2014 ein bei:

Region Olten Tourismus
Deny Sonderegger, Präsident
Froburgstrasse 1
4603 Olten

Telefon 062 213 16 16
info@olten-tourismus.ch
www.olten-tourismus.ch

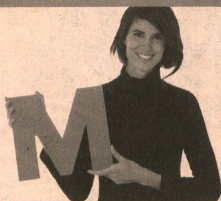
Bei weiteren Fragen wenden Sie sich bitte an Christian Gressbach, Geschäftsführer Region Olten Tourismus, unter 062 213 16 18.

Olten Tourismus | Froburgstrasse 1 | 4603 Olten | Tel. +41 (0)62 213 16 16 | info@olten-tourismus.ch | www.olten-tourismus.ch

32419-11155

Leiterin oder Leiter Migros-Restaurant

«Interessante und vielseitige Aufgaben.»



weitere Jobs unter 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 Handelsgastronomie sind wir ein führendes Unternehmen.

Für das Migros-Restaurant Ladengasse Ebikon 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 120 Sitzplätzen und die sozialkompetente Führung und Förderung von sechs Mitarbeitenden verantwortlich sind.

Sie haben Freude, täglich als Gastgeber selber in der Küche zu stehen 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 Handelsgastronomie. Zudem besitzen Sie das Wirtspatent/G1-Zertifikat. 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.

Wir bieten Ihnen eine verantwortungsvolle Funktion, in welcher Sie Ihr Fachwissen sowie Ihr unternehmerisches Flair einbringen können.

Überzeugen Sie uns von Ihrer Kompetenz und senden uns bitte Ihre vollständige Online-Bewerbung unter www.migros.ch/jobs.

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



MIGROS

32410-11151

Gastgeberpersönlichkeit für das Nr.-1-Hotel am Platz.

Der ideal gelungene Mix aus Design-/Boutique-Hotel, historischen Komponenten, architektonisch spannenden Konzepten, Nostalgie, Avantgarde und modernster technischer Infrastruktur ist einzigartig. Raffinierte Gastronomie auf Gourmetstufe, attraktive Komfortzimmer und Juniorsuiten, Seminararrangements sowie ein **exklusiver Spa-Wellness-Bereich** verhehlen dem renommierten, mittelgrossen First Class Superior-Hotel zu einem klaren Vorsprung auf die Wettbewerber.

Standort: Fantastische Panoramalage, absolut ruhig; gleichwohl inmitten einer weltbekannten Lifestyle-Premium Resort-Region der Deutschschweiz. Idealprofil: Organisationsstarke, gut vernetzte jüngere Hospitality-Profis mit unternehmerischer Grundhaltung und **Mut zu Neuem**. Verkaufsfair, Know-how im Bereich Revenue Management, Affinität zur New Media und Vertrautheit mit der gehobenen Hotellerie sind die besten Voraussetzungen. – Lassen Sie sich vom Hotel inspirieren. Inspirieren Sie Ihre Gäste!

Hoteldirektor w/m

eines der herausragendsten Design- & Resorthotels der Schweiz

Sie kommunizieren exzellent auf allen Ebenen und haben wertvolle Erfahrungen als Gastgeberpersönlichkeit gesammelt. Servicebereitschaft und **Authentizität** werden hoch gewichtet. Dass Sie bereits einen Hotelbetrieb wirtschaftlich erfolgreich geleitet haben oder als Nachwuchspersonlichkeit einen Leistungsausweis als Vize bzw. als Resident Manager mitbringen, ist beides vorstellbar. Das Engagement eines Paares ist ebenfalls nicht ausgeschlossen.

Aktuelle Erfahrung aus der CH-Ferienhotellerie erleichtert Ihnen den Einstieg. Trotz saisonaler Struktur sind Sie und Ihr Kaderteam selbstverständlich ganzjährig engagiert. Über die **Vorteile** und Zukunftspläne, die mit dieser Executive-Position verbunden sind, informieren wir Sie gerne persönlich und vertraulich! Eintritt: November oder auch später nach Vereinbarung. Optimal für den Erstkontakt: CV/Foto via Mail senden oder ganz einfach anrufen. Wir freuen uns auf Sie!

Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

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

32363-11129

KOHL & PARTNER HOTEL & TOURISM CONSULTING

Im Auftrag der PRODINGER|GFB Tourismmarketing GMBH suchen wir per Sommer/Herbst 2014 einen

TOURISMUS-/MARKETING-PROFI (M/W)

für die Leitung der neuen Zweigstelle in Zürich-Oerlikon.

PRODINGER|GFB Tourismmarketing ist ein junges, engagiertes Team mit über 50 Mitarbeitenden. Als führende Fullservice-Werbeagenturen in Europa betreut PRODINGER|GFB Tourismmarketing an insgesamt 9 Standorten Kunden aus den Bereichen Tourismus, Hotellerie, Bergbahnen, Sport und Lifestyle.

Aufgabengebiete

Sie sind insbesondere für den Verkauf/Vertrieb der Produkte von PRODINGER|GFB verantwortlich und bieten in Ihrer Funktion Produkte wie Gutscheinsysteme, individuelle Marketing- und Sales-Planung, klassische Werbung, Werbemittel, Online-Werbung, Pressearbeit, Wirtschaftskooperationen, Direktverkauf und E-Commerce an. In Koordination mit den anderen Standorten leiten Sie das Büro Schweiz und stellen die Entwicklung, Implementierung und Vermarktung der Produkte von PRODINGER|GFB sicher. In der Position eines Geschäftsführers obliegen Ihnen viele Verantwortungen und Entscheidungskompetenzen und somit auch ein Teil des Geschäftsrisikos der Firma.

Anforderungen

Idealerweise sind Sie zwischen 30 bis 40 Jahre alt und verfügen über ein breites und fundiertes Wissen im Bereich Marketing/Sales in Tourismus/Hotellerie sowie ein grosses Mass an Empathie für individuelle Unternehmenssituationen. Seit Jahren in der Schweiz engagiert, sind Sie in der Branche bekannt, und Ihr Netzwerk kennt Sie als zuverlässige und belastbare Persönlichkeit.

Kontakt

Bei Interesse senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Bild an: Herrn Frank Reutlinger, Managing Partner bei Kohl & Partner Schweiz, frank.reutlinger@kohl-int.ch

VILLACH • WIEN • INNSBRUCK • SÖTTL • MÜNCHEN • STUTTGART • ZÜRICH • SOFIA • BUKAREST • BUDAPEST • SKOPJE • TIRANA

Kohl & Partner (Schweiz) AG, Thurgauerstrasse 72 · 8050 Zürich · Schweiz
Tel. +41 44 533 50 42 · Fax +41 44 533 50 41 · E-Mail: frank.reutlinger@kohl-int.ch · www.kohl-int.ch

32447-11162



Neueröffnung in Horgen!

Für unsere **Neueröffnung des Schinzenhofs** in Horgen, mit 2 Restaurants und einem Saal mit einer Kapazität von bis zu 800 Personen, am wunderschönen Zürichsee gelegen, haben wir mit Eintrittsdatum 1. Juli 2014, 1. August 2014 oder nach Vereinbarung folgende Positionen zu besetzen:

Küche

Küchenchef
Sous-Chef
Chef de Partie
Commis de Cuisine
Officemitarbeiter

Service

Restaurantleiterin
Chef de Rang
Servicemitarbeiter
Teilzeit-Servicemitarbeiter
Bankettaushilfen

Für das neue «Schinzenhof-Team» suchen wir motivierte Persönlichkeiten, die ihr erlerntes Fachgebiet mit hohem Qualitätsbewusstsein und viel Liebe zum Detail ausüben. Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung und/oder entsprechende Erfahrung und Weiterbildung im gewünschten Bereich und suchen eine neue Herausforderung?

Wir bieten Ihnen einen spannenden Arbeitsplatz und alle Vorteile einer grösseren Unternehmung. Fühlen Sie sich angesprochen? Dann bewerben Sie sich noch heute an untenstehende Adresse. Wir freuen uns auf Sie!

Kramer Gastronomie, Angelika Baumann, Leiterin Human Resources, Herdernstrasse 56, Postfach 480, 8040 Zürich, 044 406 85 20, angelika.baumann@kramergastronomie.ch, www.kramergastronomie.ch

ZÜRICH AMBIANCE

32409-11150



NUR WER LIEST, WIRD KLÜGER.

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



SCHWEIZER MEDIEN
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA



Chef de Service (w/m)

Restaurants Schöngrün
Monument im Fruchtländ 1,
CH-3006 Bern

per sofort

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

zfv Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



32441-11160

Ab sofort oder nach Vereinbarung

Jungkoch w/m

Jobcode hoteljob.ch: J81561

Restaurant zur Linde
Dorfstrasse 11, 4629 Fültenbach
062 926 17 09, pascale.meier@gmx.ch

32446-11161

Das Betagtenzentrum Eichhof in Luzern sucht

F&B Manager/in

Jobcode hoteljob.ch: J81423

Stadt Luzern, Ref.Nr.: 453
Hirschengraben 17, 6002 Luzern
www.stellen.stadt Luzern.ch

32411-11152

SVIZZERA ITALIANA

Per completare il nostro team cerchiamo:

una ricezionista al 100% - data da convenire

Requisiti richiesti:

- Formazione nel ramo commerciale e/o alberghiero.
- Lingua madre tedesca e italiana.
- Disponibilità a lavorare nei fine settimana e giorni festivi.
- Buone conoscenze informatiche.
- Abituata a lavorare in maniera indipendente e in team.

Posto di lavoro situato zona Locarnese.

Offerte p.f. con CV a Cifra: L 024-866422, Publicitas SA, C.P.
1280, 1701 Friburgo.

32437-11155

Die Schweizer Reisekasse Reka ist eine Nonprofit-Organisation, welche durch Herausgabe von Reka-Geld und die Vermietung von Ferienwohnungen in der Schweiz und im Mittelmeerraum erfolgreich tätig ist.

Zur Unterstützung unseres dynamischen Marketing-Teams suchen wir eine/n

Marketingfachfrau/-mann mit eidg. Fachausweis für Reka-Ferien

Aufgabenbereich:

- Definieren und Umsetzen aller Marketing-Kommunikationsmassnahmen (Werbekampagnen, Verkaufsförderung, Ausarbeitung von Angeboten)
- Selbstständige Betreuung und Ausbau von Kooperationen
- Betreuung und Weiterentwicklung des Stammkundenprogrammes Reka-Bonus
- Analysieren der Markt- und Kundenbedürfnisse
- Unterstützung in der Bewirtschaftung unserer Homepage
- Katalogproduktion für Reka-Ferien

Anforderungen:

- Marketingfachfrau/-mann mit eidg. Fachausweis oder gleichwertige Ausbildung
- Mind. 4 Jahre Berufserfahrung in Dienstleistungsmarketing, Projektleitungserfahrung von Vorteil
- Konzeptionelle Fähigkeiten, operatives Umsetzungsvermögen
- Lösungsorientiert, teamfähig, kommunikativ und flexibel
- Stilicheres Deutsch, gute Kenntnisse in Französisch
- Gute Informatik Anwenderkenntnisse

Reka-Angebot:

- Eine anspruchsvolle und vielfältige Tätigkeit
- Fortschrittliche Anstellungsbedingungen
- Gute Sozialleistungen
- Zentral gelegenen Arbeitsort
- Angenehmes Arbeitsklima

Stellenantritt: 1. August 2014 oder nach Vereinbarung

Auskünfte erteilt Frau Karin Hausammann, Leiterin Marketing&Kommunikation: 031 329 66 82

Interesse?

Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen elektronisch an: karin.hausammann@reka.ch

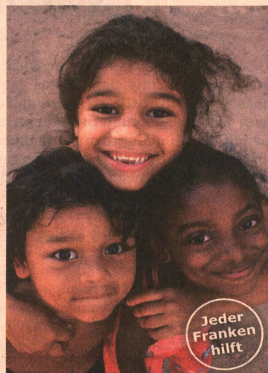
Bewerbungsfrist: 2. Juni 2014

Schweizer Reisekasse (Reka) Genossenschaft
Neugasse 15 | Postfach | 3001 Bern
031 329 66 33 | www.reka.ch

Mit Reka liegt mehr drin

reka

32431-11150



Weltweit erblindet jede Minute ein Kind. Schenken Sie Augenlicht!

Senden Sie eine SMS an 339 mit CBM10 und spenden Sie 10 Franken an eine Graue-Star-Operation.

Online-Spende auf www.cbmswiss.ch

cbm
christoffel blindenmission
gemeinnützige Stiftung Schweiz

ESPLANADE HOTEL RESORT & SPA

Esplanade Hotel, Resort & Spa, umgeben von einem riesigen Park mit 40'000 m², ist ein Hotel mit 4 Sternen Superior Mitglied der Private Selection, mit 67 Zimmern und Junior Suite, Restaurant mediterran und einem Wellness & Spa.

Cerchiamo da subito e a tempo indeterminato
CHEF DE RECEPTION
con esperienza in posizione equivalente da almeno 5 anni

Requisiti richiesti:

- Età compresa tra i 25 e i 45 anni
- Padronanza della lingua tedesca, italiana, francese e inglese. Comprensione dello svizzero tedesco come titolo preferenziale
- Conoscenza dei sistemi informatici e della cura dei portali online (incluso conclusione dei contratti)
- Preparare i pacchetti per i clienti da pubblicare su siti online
- Conoscenza, capacità di proporre e presentare offerte e servizi

Si offre:

- Ambiente di lavoro giovanile e stimolante
- Team dinamico e di maturata esperienza

Inviare il proprio curriculum vitae corredato dai certificati e da una foto personale a:

INTAB SA
Via Tesserete 10, CH-6900 Lugano
All'att. Sig.ra Brigitte Iadonisi, Human Resources*
T +41 (0)91 911 41 11 • F +41 (0)91 922 05 45
brigitte.iadonisi@intab.ch • www.esplanade.com

*Si risponderà solo ai profili che corrisponderanno ai requisiti succitati. Si garantisce la massima discrezione nel trattare i dati forniti.

32408-11149

Für nur 150.- Franken können Sie hier ein

Stelleninserat schalten

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

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von
htr hotel revue

**HOTELLERIE-
GASTRONOMIE ZEITUNG**

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

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

Hotellerie- & Gastronomie Verlag

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

LEITUNG

Barbara König
Philipp Bitzer

REDAKTION

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

ADMINISTRATION

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

Nicole Kälin

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

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

VERKAUF

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

inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen

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

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

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

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

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

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:

Hotellerie- & Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG, 6043
Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

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

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

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

WIRTSCHAFTLICH REINIGEN



ISTOCK

Die Ballungszentren in der Deutschschweiz sind attraktive Standorte für den Neueintritt oder die Erweiterung von Hotelketten. Der überproportionale Zuwachs von angebotenen Betten im Verhältnis zur Anzahl Übernachtungen führt zu einer meist sinkenden Auslastung in den einzelnen Hotels. Der Verdrängungskampf hat längst begonnen und wird sich in den kommenden Jahren zuspitzen.

Eine Planung bei einer konstanten Auslastung von über 70 Prozent stellt keine grosse Herausforderung dar. Anders sieht dies aus, falls die Auslastung sporadisch oder konstant unter 40 Prozent fällt. Dies kann mit flexiblen Arbeitsmodellen von Teilzeitmitarbeitenden abgefangen werden. Dieser «Pool» von Teilzeitmitarbeitenden muss jedoch auch genügend gross sein, um eine 100-Prozent-Auslastung abdecken zu können. Durch die Vergabe der Reinigungsleistung an externe Partner wird auch dieses Risiko übergeben. Das Kundenverhalten verändert sich stetig. So gibt es sicherlich noch «Brand»-treue Gäste, doch wird vermehrt über Internetplattformen gezielt nach optimalen Preisangebo-

ten wie auch Gästebewertungen gesucht und auch ausgewählt. Dadurch ist es elementar wichtig, dass die Reinigungsqualität konstant auf einem hohen Niveau liegt. Hier kommt das professionelle Fachwissen der Reinigungsunternehmen zum Tragen. In Abstimmung mit dem Hotel werden die Reinigungsabläufe detailliert auf die Bedürfnisse des Hotels abgestimmt. Durch die Erfahrung der Reinigungsunternehmung kann der optimale Ablauf für jedes Hotel schnell gefunden werden und auch die neuesten Reinigungstechniken implementiert werden. Die Abläufe müssen reibungslos funktionieren. Die Preise pro gereinigtem Zimmer lassen keine Wartezeiten zu. Für die richtige Planung ist auch eine sehr feine Abstimmung mit dem Front Office notwendig. Meldungen wie z. B. «late Check-outs» oder Gruppenanreisen müssen in die Einsatzplanung einbezogen werden. Eine wirtschaftliche Reinigung kann nur gewährleistet werden, sofern eine Partnerschaft und somit eine offene Kommunikation zwischen dem Hotel und der Reinigungsunternehmung gelebt wird. Die durchschnittlichen Zimmerzeiten pro gereinigtem

Zimmer und pro Kategorie sind auf einem europäischen Niveau angelangt und können nur von Fachkräften mit viel Routine, ohne dabei qualitative Schwankungen in der Sauberkeit hinnehmen zu müssen, eingehalten werden. Die tägliche Überprüfung der Qualität und der Zeiten ist unabdingbar. Hier ist die Führungskraft gefordert, um die notwendige Motivation der Reinigungsfachkräfte trotz der ständigen Überwachung hoch zu halten. In der heutigen Zeit wird immer mehr Leistung zu tieferen Preisen verlangt. Diese Tendenz kann sicherlich nicht endlos weitergeführt werden. Eine Fokussierung auf die eigenen Kernkompetenzen ist eine Möglichkeit, um die Prozesse zu straffen.



Matthias Knecht
Leiter Hotellerie
Enzler Reinigungs AG
www.enzler.com

Guter Grund für Ihren Besitz.

C&P
IMMOBILIEN GMBH
LUGANO

Ein Unternehmen
der G&P Gruppe Luzern

**Zu verkaufen in der Zentralschweiz
gut besuchtes, exquisites Hotel**

inkl. grosszügigem Gastronomiebetrieb.
35 Zimmer mit 70 Betten.
VP CHF 4'100'000.00.

Für Fragen steht Ihnen Thomas Rieben
gerne zur Verfügung.

G&P IMMOBILIEN GMBH
Brünigstrasse 20 :: CH-6005 Luzern :: Telefon +41 (0)41 220 20 00
thomas.riegen@gsellundpartner.ch :: www.gsellundpartner.ch

32370-11150

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

Am Fusse der Bergbahnen Klosters/Davos

Hotel-Restaurant Old Inn

in 7247 Saas i. P., 12 Zimmer, 2½-Zimmer-Wohnung,
68 Sitzplätze (Restaurant/Terrasse).

VERKAUF: Flury Treuhand, 081 300 30 40
info@flury-treuhand.ch

31982-11050

MUNICIPIO

**AVVISO RELATIVO AL CONCORSO
PER LA LOCAZIONE DEL RISTORANTE
LATO NORD-EST DI PALAZZO CIVICO**

Il Municipio di Lugano avvisa che in seguito alla presentazione di un ricorso contro il capitolato e ad un procedimento di natura civile, il concorso per la locazione del Ristorante lato nord-est di Palazzo Civico, aperto dal 28 marzo 2014 e con termine di consegna delle offerte il 2 giugno 2014, è sospeso.

Ulteriori indicazioni saranno fornite appena possibile.

IL MUNICIPIO

32435-11156



Commune d'Ormont-Dessus
La Municipalité met en soumission
la location de l'Auberge communale

«Auberge de l'Ours»
sise à Vers-l'Eglise
pour le 1er juillet ou à convenir.

Les renseignements peuvent être obtenus auprès de M. et Mme Charles et Anne Péquignot, gérants actuels, au ☎ 024 492 44 00 (079 212 40 70), ou auprès du municipal des bâtiments, M. Dario Pernet, au 079 126 72 16.

Un dossier complet doit parvenir à la Municipalité d'Ormont-Dessus, rue de la Gare 1, 1865 Les Diablerets, pour le 6 juin 2014, au plus tard.

La Municipalité

32440-11156

**Gestalten, berechnen und disponieren
Sie Ihr Immobilieninserat selber unter
www.htr.ch/immobilien**

htr hotel revue