

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 27

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>



gute Vorsätze

Der neue Präsident von Gastrosuisse, Casimir Platzer, will sich verstärkt für wirtschaftspolitische Themen und für einen fairen L-GAV engagieren: überzeugend und enthusiastisch.

Seite 3

gute Ideen

Für das Tourismusprogramm 2014 bis 2018 des Kantons Graubünden sind Projektvorschläge gefragt: innovativ und kooperativ.

Seite 2

gutes Outfit

Der Fashion-Hersteller G-Star hat eine neue Serie Gastro-Kleider in Jeans-Stoff kreiert: nicht ganz billig aber extravaganz.

Seite 17

gute Festlaune

Knapp 3000 Gäste besuchten das Zürcher Food-Festival «Il Tavolo»: genussreich und inspirierend.

Seite 20

Inhalt

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

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

317
Nationalebibliothek
Schweizerische Eidgenossenschaft
Hauptstrasse 15
3005 Bern

03034
039/9

Hotelfinanzierung

Mehr Spielraum

Die Kompetenzen der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit sollen erweitert werden.

DANIEL STAMPFLI

In Zukunft soll die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) Darlehen bis zu 6 Millionen Franken und bis zu 40 Prozent des Ertragswertes gewähren können, also deutlich mehr als bisher. Dies sieht die in die Vernehmlassung geschickte Totalrevision der Verordnung zum Bundesgesetz über die Förderung der

Beherbergungswirtschaft vor. Mit der Revision soll den neuen Entwicklungen in der Hotellerie Rechnung getragen werden. «Wir sollen künftig vermehrt und besser hybride und zukunftsorientierte Beherbergungsformen mitfinanzieren können», sagt SGH-Direktor Philippe Pasche. Auch soll der Förderparameter in Anlehnung an den NRP-

Wirkungsbereich ausgedehnt werden. Die Vernehmlassungsfrist endet Mitte Oktober. «Die Formulierung der in die Vernehmlassung geschickten Revision entspricht ganz der Position der SGH», so Pasche. In die durch das Seco erfolgten Vorarbeiten sei die SGH stark involviert gewesen.

Seite 4 und 7

Kommentar

Milestone: Wenn Hoteliers zu Mentoren werden



GERY NIEVERGELT

Wie wichtig gute und motivierte Mitarbeitende gerade in Hotellerie und Gastronomie sind, ist hinlänglich bekannt. Doch die Branche leidet zusehends unter Nachwuchsmangel. Immer anspruchsvoller wird die Aufgabe, junge Menschen für den Beruf eines Kochs oder einer Réceptionnistin zu begeistern. Befeuert wird Motivation durch Vorbilder. Auch aus diesem Grund ist der von htr und hotellerieuisse ausgerichtete Milestone Tourismuspreis wichtig. Er rückt Menschen ins Rampenlicht, die mit Innovationsgeist und Engagement die Branche bereichern und wettbewerbsfähig erhalten.

In diesem Kontext kommt dem mit 10000 Franken dotierten Milestone Nachwuchspreis eine besondere Rolle zu. Er wird verliehen an junge Persönlichkeiten mit einem aussergewöhnlichen Leistungsausweis in Tourismus, Hotellerie und Gastronomie. Geändert wurde in diesem Jahr das Bewerbungsverfahren: Neu werden die Kandidatinnen und Kandidaten von einem Mentor empfohlen.

Damit wird dieser Preis auch für Unternehmer interessant. Hoteliers wie Touristiker haben die Möglichkeit, junge Menschen ins Spiel zu bringen, die im eigenen Betrieb oder im Umfeld mit herausragenden Leistungen überzeugen. Dass es in unserer Branche eine Vielzahl möglicher Nachwuchspreis-Gewinner gibt, steht für mich ausser Frage.

Teilnahmebedingungen unter www.htr-milestone.ch

Reisebus-Tourismus

Cars suchen sich ihren Weg

Ökologisch gesehen ist der Car konkurrenzlos: Umgerechnet einen halben Liter Benzin verbraucht ein Doppeldecker-Reisebus pro Person bei Vollbesetzung, ein InterCity pro 100 km fast doppelt so viel. Dass der Bus-Tourismus wächst, hängt in der Schweiz indes mit den asiatischen Gruppengästen, bei den deutschen Fernbus-Linien mit den konkurrenzlosen Preisen zusammen. Das Schweizer Eisenbahngesetz untersagt faktisch solche konkurrierenden Buslinien. Gegen Fernbusse als Ergänzung zum Zug stellt man sich beim Bundesamt für Verkehr nicht, auch Gesetzesanpassungen werden bereits in Betracht gezogen. «Das BAV wird abklären, ob entsprechende Anpassungen machbar sind», so Mediensprecher Andreas Windlinger. Die verkehrstechnischen Probleme werden dadurch aber nicht kleiner: Professionelle Bussterminals fehlen hierzulande. Ein Befahren von Busspuren wird immerhin in Luzern diskutiert. gsg

Seite 11 bis 13



Stockender Reisebus-Verkehr: Eine Motion will die Benützung von Busspuren für Cars zulassen. zvg

Val-de-Travers

Absinth im Gerichtsgebäude

Dort, wo in früheren Jahren der Missbrauch von Absinth sanktioniert wurde, im ehemaligen Gerichtsgebäude in Môtiers, steht neu das Absinth-Museum. Das heute eröffnete Haus des Absinths gibt einen Blick in die bewegte Geschichte und die Geheimnisse der «Grünen Fee». ste/aca

Seite 7

Tour-Operators

Hoteliers beklagen Praxis

Schweizer Hoteliers führen einen harten Kampf um Gruppenreisen. Dabei müssen sie sich oft brutales Buchungsverhalten vonseiten der Tour-Operators und einen ruinösen Preiskampf gefallen lassen. Gruppenreisen würden etwa abgesagt und dann in einem anderen Hotel mit leicht günstigerem preislichem Angebot eingebucht.

Laut Branchen-Insidern habe Kuoni sogar schon Gruppen annulliert und diese beim gleichen Hotel unter anderem Namen zu tieferen Konditionen wieder angeboten. Davon will Kuoni auf Anfrage nichts wissen und demontiert die kritisierte Praxis: «Wir legen Wert auf eine professionelle und nachhaltige Zusammenarbeit mit unsern Hotel-

partnern.» Um sich nicht länger gängeln zu lassen, hat Frank Schilling gehandelt. Der Direktor des Best Western Hotels Butterfly in Zermatt hat für die laufende Sommersaison seine Geschäftsbeziehung mit Kuoni angepasst. Denn das 3-Sterne-Haus habe ungewöhnlich viele Absagen verzeichnet. dst/mu

Seite 5

Täglich aktuell:

www.htr.ch

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



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

www.remicom.com
REMI(COM)

KUNDENBINDUNG
Nicht nur für Marketingprofis!

Leichte Bedienung
Vielfältig
Preiswert

Wir sind auf der **emex** 14

KUBICORE
Kundenbindung 2.0
www.KUBICORE.com

BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT
Bern
VERTRAUEN IST UNSER GESAMT

«Treuhand aus Leidenschaft ... für unsere Kunden»

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

Die Schweizer Fachmesse für Gastgewerbe, Hotellerie & Gemeinschaftsgastronomie Luzern

ZAGG

1000 SINNE
Ihre Sinne werden Augen machen

7. BIS 10.9.2014
MESSEHALLEN
MESSE LUZERN

HOREGO
Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heim-, Spiel- und Ausbildungsstätten
www.horego.ch

Persönliche Beratung
Bessere Preise
Effiziente Prozesse
Einfache Zahlung

Aus der Region

Graubünden Oberengadin: Verein für die Parahotellerie

Die führenden Ferienwohnungsvermieter des Oberengadins wollen die Interessen der Parahotellerie künftig gemeinsam vertreten. Dazu haben sie den «Verein Parahotellerie Engadin-St. Moritz» gegründet. Vizepräsidentin Cornelia Clavadätscher Grob wurde bereits in den Vorstand des Kur- und Verkehrsvereins St. Moritz gewählt. Die Mitglieder des Vereins vermieten mehr als 2000 Wohnungen und generieren jährlich rund 170 000 Logiernächte.

Bergbahnen Disentis: Wechsel im Aktionariat



ZVG

Die Gründerin und langjährige Hauptaktionärin der Bergbahnen Disentis, die Arenberg Beteiligungs GmbH aus Düsseldorf, hat ihr Aktienpaket an die BD Management Holding verkauft. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Die Käuferin wird repräsentiert durch den Schweizer Unternehmer Marcus Weber, der seit einiger Zeit einen Wohnsitz in Disentis hat. Weber möchte an der nächsten Generalversammlung die Position des VR-Delegierten übernehmen.

Scuol macht sich für neues Hotel- segment stark

In Scuol soll dereinst ein sogenanntes Explorer-Hotel mit 200 Betten gebaut werden. Der ökologische Hausbau soll laut «Engadiner Post» beim Freibad Trü zu stehen kommen. Die Gemeinde Scuol will dafür 19 Prozent des Trü-Areals zur Verfügung stellen. Im kommenden Herbst wird die Bevölkerung darüber entscheiden. Da das Explorer-Hotel, das sich an sportliche und durchschnittlich 40 Jahre alte Gäste richtet, über kein Restaurant verfügt, erwarten die lokalen Gastronomiebetriebe mehr Frequenzen.

Zentralschweiz Sanierung der Gütschbahn verzögert sich



ZVG

Nachdem das Luzerner Stadtparlament von einer Woche einen Kredit von 1,73 Mio. Franken an die Sanierung der Gütschbahn zugestanden hatte, ergreifen CVP und FDP dagegen das Referendum. Gemäss der «Neuen Luzerner Zeitung» wird die Referendumsfrist im Kantonsblatt publiziert und läuft am 3. September ab. Sicher ist nun, dass die Bahn nicht wie vorgesehen, noch dieses Jahr in Betrieb genommen werden kann. dst

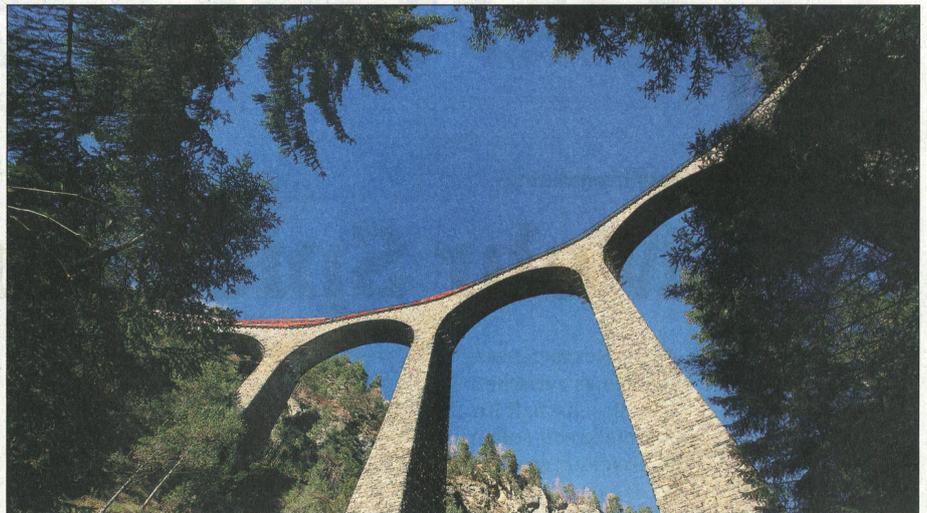
Mit innovativen Projekten soll der Bündner Tourismus wettbewerbsfähiger werden. Die Regie- rung hat zu diesem Zweck das «Touris- musprogramm 2014 bis 2021» gestartet.

• THERES LAGLER

Wer eine innovative Projektidee hat, die den Bündner Tourismus weiterbringt, kann ab sofort ein Beitragsgesuch einreichen. Regierungsrat Hansjörg Trachsel hat am Montag an einer Informationsveranstaltung für Branchenvertreter das neue «Kooperationsprogramm für den Bündner Tourismus 2014 bis 2021» lanciert. Das Förderinstrument ist mit insgesamt 21 Millionen Franken dotiert. Das Geld stammt je zur Hälfte von Kanton und Bund, der sich über die Neue Regionalpolitik (NRP) engagiert. Weitere Mittel sollen die privaten Projektträger einbringen. Bevor der Kanton aber überhaupt irgendwelche Beiträge bewilligt, werden die Projekte vom Tourismusrat Graubünden geprüft. Das neue Gremium wurde eigens für dieses Programm ins Leben gerufen (siehe Kurzinterview und Info-Box unten).

Die Messlatte für die Projekte ist bewusst hoch angesetzt

Michael Cafilisch, Leiter Tourismusentwicklung beim Kanton Graubünden, stellte erstmals die Förderkriterien des Programms vor. Die Projekte müssen neuartige Ideen umsetzen, zur Erhöhung der Wertschöpfung beitragen und den Aufbau von Fachkompetenz stärken. Zudem müssen die



Ein gläserner Lift zum Landwasserviadukt? Idee von Piotr Caviezel, Leiter Vertrieb und Marketing der Rhätischen Bahn. swiss-image

Pioniertat gesucht

Gesuchsteller zur Kooperation mit anderen Akteuren bereit sein. Die Finanzierungsanträge sollen nämlich in der Regel von mindestens zwei Destinationsmanagement-Organisationen (DMO) oder von einzelnen Unternehmen mit Kooperationspartnern eingereicht werden. Der Kanton hat sechs Themenfelder definiert, welche die Stossrichtung vorgeben. Es sind dies Governance im Tourismus, Produkt- und Marktentwicklung, Standortentwicklung in den Tourismusregionen, System-Innovationen, Wissens-

«Ich wünsche mir viele Hoteliers, die zukunftsstrahlende Projekte erfinden.»

Corinne Denzler
CEO Tschuggen Hotel Group

management sowie Perspektiven der bestehenden Tourismusdestinationen. Denn das neue Programm fusst auf der Bündner Tourismusreform 2006 bis 2013.

Positive Reaktionen von Branchenexperten

Eine Talk-Runde zeigte, dass die Leistungsträger dem neuen Tourismusprogramm durchaus wohlgesinnt sind. «Ich bin überzeugt, dass es viele Anknüpfungspunkte für die Hotellerie gibt», betonte etwa Corinne Denzler, CEO der Tschuggen Hotel Group.

Sie wünsche sich viele Hoteliers, die zukunftsstrahlende Projekte erfinden. Ariane Ehrat, CEO der DMO Engadin St. Moritz, war spontan die Idee eines E-Concierge für Zweitwohnungsvermietungen in den Raum. Und Piotr Caviezel, Leiter Vertrieb und Marketing der Rhätischen Bahn, ritzte gar an den strengen Schutzbestimmungen der Unesco und stellte einen gläsernen Lift zum Landwasserviadukt zur Diskussion. Er erhofft sich von den neuen Projekten ein echtes, nicht erzwungenes «Wir-Gefühl».



Nachgefragt Ernst A. Brugger

Funktion Präsident des Tourismusrats Graubünden

Weitere Tätigkeiten Präsident der Brugger und Partner AG, verschiedene Verwaltungsratsmandate, Titularprofessor an der Universität Zürich

Der Tourismusrat hat eine erste Bestandaufnahme des Bündner Tourismus gemacht. Wie lautet Ihre Diagnose?
Wir haben eine erste Sichtung gemacht, die Resultate sind jedoch noch nicht definitiv. Trotzdem lässt sich folgende Diagnose festhalten: Grosses Potenzial, zu wenig genutzt und durch die Destinationen zu wenig koordiniert umgesetzt. Kernproblem ist zu wenig unternehmerischer Drive. Dies hat zu einer schleichenden Krise geführt.

Was muss jetzt passieren?
Ich glaube, dass das Angebot des Bündner Regierungsrats genau das Richtige ist. Deshalb mache ich auch mit. Es geht darum, mit neuen Ideen und neuem Elan Innovationen in allen Bereichen auszulösen. Es ist der Versuch, die Produkte und die Vermarktung zu

verbessern sowie die touristische Positionierung des Kantons zu stärken. Allen Unternehmen und Institutionen, die auf diesem Weg etwas umsetzen wollen, bietet der Kanton Risikokapital an. Mit diesem Ansatz kann die Wettbewerbsfähigkeit der Branche gestärkt werden.

Der Kanton stellt in den kommenden acht Jahren fürs Kooperationsprogramm im Bündner Tourismus 10,5 Millionen Franken zur Verfügung. Das ist kein grosser Hebel...
Nein, das allein ist kein grosser Hebel. Aber man muss bedenken, dass die kantonalen Mittel im Schnitt einen Viertel bis höchstens einen Drittel der Projektkosten finanzieren. Weitere Mittel müssen durch die Projektträger und Mitinvestoren generiert werden. Das heisst, dass wir mit dem Faktor

drei oder vier rechnen können. Somit stehen 30 bis 40 Millionen zur Verfügung.

Der Tourismusrat, der die Projekte beurteilen wird, ist ein neues Instrument. Besteht nicht die Gefahr, dass er als Heilsbringer betrachtet wird?
Das ist sicher so, auch wenn es völlig verfehlt ist. Wir sind ein Impuls-, ein Beratungs- und ein Vorentscheidungsgremium, bevor der Kanton Geld spricht. Wir prüfen die Projekte, und es ist anzunehmen, dass der Kanton unsere gut überlegten Anträge in der Regel annehmen wird. Wir initiieren und realisieren aber selber keine Projekte. Das Programm ist eine Offerte an alle Akteure im Bündner Tourismus, Eigeninitiative zu zeigen. Wird diese Chance nicht ergriffen, werden wir auch keine Geldmittel einsetzen können. tl

Tourismusrat Fachwissen aus der ganzen Schweiz

Folgende neun Mitglieder sind für vier Jahre gewählt:
Ernst A. Brugger Präsident Tourismusrat Graubünden
Martin Candrian VR-Präsident Candrian Catering AG
Marcel Friberg Präsident von Graubünden Ferien
Dania Gerhardt Mitgründerin des Web-Dienstleistungsunternehmens Amazeo Labs
Jeanine Pilloud Leiterin SBB Personenverkehr
Rolf Schafroth Executive Vice President Kuoni Reisen Holding
Jürg Schmid Direktor von Schweiz Tourismus
Hansjörg Trachsel Volkswirtschaftsdiplomierter Graubünden
Alois Zwiggli Managing Director des World Economic Forum (WEF). tl

Wegen Fussball-WM werden Reisen kurzfristiger gebucht

Die grossen Reiseveranstalter rechnen mit ähnlich positiver Sommersaison wie im Vorjahr.

Übereinstimmend stellen Hotelplan Suisse, Kuoni und TUI Suisse fest, dass die Kunden wegen des schönen Frühlings und der Fussball-WM ihre Sommerferien in diesem Jahr kurzfristiger planen. Bis Mitte März lagen die Buchungen deutlich über Vorjahr, schwächten sich dann aber im Frühling ab, wie der Schweizer Reise-Verband mitteilt. Verführte der «Regenfrühling» 2013 die Schweizer zum frühzeitigen Buchen der Sommerferien, so trat heuer der gegenteilige Effekt

ein. Kunden warteten offenbar ab, wie weit die Schweiz oder eine andere Lieblingsmannschaft an der WM kommt. Da die Sommersaison bis in den Herbst hineinreicht, sind die Veranstalter mit konkreten Angaben zurückhaltend. Die bisherigen Buchungszahlen liessen jedoch auf ein zumindest gleich gutes Reisejahr wie 2013 hoffen. Wie gut die diesjährige Sommersaison tatsächlich werde, dürfte sich erst im Monat Juli entscheiden. dst

Gegen Tunnelgebühr

Die Verkehrskommission des Nationalrats will die Frage einer Gebühr für den Gotthard-Strassentunnel nicht weiter verfolgen.

Der Entscheid der Verkehrskommission des Nationalrats (KVF) gegen die Einführung einer Tunnelgebühr fiel mit 17 zu 4 Stimmen bei 3 Enthaltungen. Die KVF sei bereit, die Frage in einem grösseren Rahmen zu diskutieren, etwa im Rahmen des Fonds für den Nationalstrassen- und Agglomerationsverkehr. Einen

konkreten Auftrag hat die Kommission aber nicht erteilt. Die Befürworter einer Tunnelgebühr wollen vor allem sicherstellen, dass trotz der auf 2,8 Mrd. Franken veranschlagten Kosten für Sanierung und Neubau der zweiten Gotthard-Röhre genügend Geld für andere Strassenprojekte zur Verfügung steht. Der Ständerat lehnte die Tunnelgebühr zwar ab, Verkehrsministerin Doris Leuthard hatte sich aber bereit erklärt, die Frage im Zweitrat vertieft zu prüfen. Dies wird voraussichtlich im Herbst der Fall sein. Ebenfalls beschäftigte sich die KVF mit den Radio- und Fern-

sehgebühren. Sie beantragt dem Nationalrat mit 14 zu 9 Stimmen, an seinem Entscheid gegen ein befristetes Opting-out festzuhalten. Mit einem solchen Opting-out könnten Haushalte, die keinen Radio- und Fernsehempfang haben, während fünf Jahren nach der Einführung des neuen Gebührensystems von der Abgabebefreiung befreit werden. Nachdem sich der Nationalrat für Ausnahmen ausgesprochen hatte, wollte der Ständerat, dass künftig jeder Haushalt und jedes Unternehmen Gebühren zahlt. Somit zeichnet sich zwischen beiden Räten keine Einigung ab. dst

«Lobbying ist Chefsache»

Der neue Präsident von Gastrosuisse, Casimir Platzer, zur Mehrwertsteuer-Initiative und weiteren wirtschaftspolitischen Themen sowie zum Verhältnis mit hotelleriesuisse.

DANIEL STAMPELLI

Casimir Platzer, Ihr neuer Arbeitsplatz befindet sich in Zürich. Haben Sie weiterhin noch Zeit für Ihren eigenen Hotel-Betrieb in Kandersteg?

Ich war schon früher für verschiedene Verbände tätig. Auch war ich bisher schon im Vorstand von Gastrosuisse und habe manchmal noch zusätzliche Mandate übernommen. In unserem Betrieb in Kandersteg haben wir personell leicht aufgestockt. Gewöhnliche administrative Büroarbeiten für Gastrosuisse kann ich aber durchaus von zu Hause aus am Computer erledigen. Dafür reise ich wirklich nicht jedes Mal nach Zürich.

Sie sind auch noch Präsident des internationalen Branchenverbandes IH&RA. Können Sie diese Aufgabe auch noch bewältigen oder beabsichtigen Sie, dieses Amt abzugeben?

Ich bin noch für ein Jahr gewählt und werde diese Amtszeit sicher zu Ende führen. Nach den ersten Monaten Präsidium Gastrosuisse werde ich Bilanz ziehen können und wissen, ob sich beide Ämter weiterhin vereinbaren lassen oder nicht. Der Arbeitsaufwand für den internationalen Verband ist wesentlich geringer als für Gastrosuisse.

Sie sind Gastrosuisse-Präsident, aber auch Hoteller. Haben Sie mehr Verständnis für die Anliegen der Wirte als für jene der Hotellers?

Beide Branchen zweige haben viele ähnliche oder gemeinsame Anliegen und Themen, wie etwa der L-GAV oder die Ausbildung. In Sachen Vermarktung gibt es sicher Unterschiede. In unserem typischen Saisonbetrieb mit Hotel und Restaurant sind wir mit den Herausforderungen beider Betriebsarten konfrontiert. Dies gilt eigentlich für alle Hotels, die auch über ein Restaurant verfügen. Ich betrachte das Gastgewerbe als eine Gesamtbranche.

Die Stelle des Direktors ist seit längerer Zeit vakant. Hat Gastrosuisse Mühe, eine geeignete Persönlichkeit zu finden?

Überhaupt nicht. Die Suche nach einem neuen Direktor wurde bewusst zurückgestellt, da ohnehin der Wechsel im Präsidium bevorstand. Wir haben die Übergangszeit dazu genutzt, die Strukturen sowie die Schnittstellen zwischen operativer und strategischer Leitung zu überprüfen. Jetzt, nachdem das Präsidium neu besetzt ist, werden wir mit Hochdruck an die Besetzung des Direktorenpostens gehen. Ich gehe davon aus, dass uns dies in den nächsten Monaten gelingt.

Also ist es jetzt Ihr Job, die passende Person zu finden? Ich kann nicht selbst entscheiden. Dies liegt in der Kompetenz des Vorstandes.

Im Herbst kommt die Mehrwertsteuer-Initiative von Gastrosuisse zur



Casimir Platzer: «Hotellerie und Gastronomie haben viele ähnliche oder gemeinsame Anliegen und Themen.»

Andrea Badutt

Abstimmung. Gilt dem Abstimmungskampf Ihr Hauptengagement?

In den kommenden Monaten entfallen sicher die Hauptarbeiten auf das Thema Mehrwertsteuer-Initiative. Das politische Lobbying und die Öffentlichkeitsarbeit für den Verband sind in erster Linie Chefsache. Ich betrachte die Abstimmungskampagne als Chance sowohl für den Verband als auch für die gesamte Branche, um Öffentlichkeit und hoffentlich auch Anerkennung zu erreichen. Es ist gleichzeitig eine Chance, das Image zu verbessern und zu optimieren. Wir werden kämpfen, damit wir unser Anliegen bei den Stimmbürgern durchbringen.

«Die Abstimmungskampagne ist eine Chance sowohl für den Verband als auch für die gesamte Branche.»

Casimir Platzer
Präsident Gastrosuisse

Zur Person Gut vernetzter Berner Oberländer

Casimir Platzer (52) ist seit dem 1. Juli 2014 Präsident von Gastrosuisse. Der Berner Oberländer ist seit 1989 in verschiedensten Gremien des Verbandes tätig. Zwischen 2000 und 2008 war er Präsident von Gastroböern und gleichzeitig Präsident des Hotelier-Vereins Berner Oberland. Seit 2004 nimmt Casimir Platzer Einsitz in den Vorstand von Schweiz Tourismus. 2013 wurde er zum Präsidenten der «International Hotel and Restaurant Association», IH&RA, gewählt. Platzer besitzt und führt gemeinsam mit seiner Frau Muriel das Belle Epoque Hotel Victoria in Kandersteg. dst

Der Bundesrat empfiehlt die Initiative zur Ablehnung. Sehen Sie trotzdem eine Chance für die Abstimmung?

Auf jeden Fall. Der Bundesrat hat schon mehrfach Initiativen zur Ablehnung empfohlen und das Volk hat danach anders entschieden. Ich gehe davon aus, dass unsere Chancen intakt sind, die ungleiche Besteuerung gleicher Dienstleistungen abzuschaffen. Wir werden alles daran setzen, um den Stimmbürgern klar zu machen, dass es nicht richtig und nicht fair ist, eine Bratwurst im Take-away mit

2,5 Prozent zu besteuern und im Restaurant mit 8 Prozent.

Welchen weiteren Anliegen wollen Sie sich speziell widmen?

Ich möchte verschiedene Dinge in Angriff nehmen. Dazu gehören strukturelle Anpassungen bei Gastrosuisse.

Wir werden nächstes Jahr einen relativ grossen Wechsel im Vorstand haben. Es wird darum gehen, die Positionen richtig zu besetzen. Unter Umständen wird dies auf organisatorischer, operativer und strategischer Ebene zu gewissen Anpassungen führen. Dies wird uns in den nächsten zehn bis zwölf Monaten beschäftigen. Ein anderes sehr wichtiges Dossier ist die Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen Gastrosuisse und hotelleriesuisse. Ich bin überzeugt, dass wir inskünftig in verschiedenen Bereichen besser zusammenarbeiten können.

Dafür wollen Sie sich einsetzen?

Ja sicher. In Sachen Hotelklassifikation bin ich der Meinung, dass wir mittelfristig nur ein Klassifikationssystem haben sollten. Ich hoffe, dass sich die beiden Verbände annähern und eine Lösung finden, die für beide Seiten akzeptabel ist.

Wie stellen Sie sich dies vor? Wären Sie bereit, sich den Kriterien von Hotelstars Union anzuschliessen?

Die Hotelklassifikation hat sich von Beginn weg an die Klassifikationsnormen der Hotelstars Union gestützt. Die Kriterien der europäischen Klassifika-

tion werden im Moment revidiert, und sicherlich wird sich auch Gastrosuisse den neuen Normen anpassen. Die beiden Klassifikationssysteme von hotelleriesuisse und Gastrosuisse ähneln sich also schon heute.

Welche Schwerpunkte wollen Sie bei wirtschaftspolitischen Themen setzen?

Unsere Mitglieder erwarten von uns, dass wir uns in erster Linie für bessere Rahmenbedingungen einsetzen. In diesem Sinn werde ich mich für einen fairen L-GAV, für Regulierungen mit Augenmass und auch für faire Einkaufspreise einsetzen.

Sie haben eine Imagekampagne gestartet. Hat denn das Gastgewerbe bei der Bevölkerung ein schlechtes Image?

Wir möchten mit der Kampagne aufzeigen, was das Schweizer Gastgewerbe überhaupt für das Land leistet und dass wir einer der grössten Arbeitgeber und eine der grössten Ausbilder-Branchen sind. Dies ist als Vorbereitung auf die Mehrwertsteuer-Kampagne zu sehen. Die Hauptkampagne wird erst später gestartet.

Wie soll Ihrer Meinung nach die Masseneinwanderungs-Initiative umgesetzt werden?

Das Gastgewerbe ist eine personalintensive Branche, die auf ausländische Mitarbeitende, sowohl Fachkräfte als auch Hilfskräfte, angewiesen ist. Unbestritten ist, dass dem Volkswillen entgegenkommen muss, das heisst, die Initiative muss umgesetzt werden. Dies soll aber so unbürokratisch wie möglich erfolgen, zum Vorteil der gesamten Wirtschaft. ste

Standpunkt

Die Jugend von heute – Riesenpotenzial für die Zukunft



ROSWITHA GRIESEMER *

Sind wir uns des Potenzials der heutigen Jugend bewusst? Der Jugendtourismus ist einer der am schnellsten wachsenden Märkte und bildet eine Zielgruppe, die nicht vergessen werden darf. Diese Gäste suchen eine unkomplizierte, flexible und vor allem eine günstige Unterkunft – trotzdem legen sie Wert auf Qualität, Freundlichkeit und Sauberkeit. Gerade in einer Hochpreis-Destination wie der Schweiz ist es wichtig, auch für diese Reisegruppe ein entspre-

«Jugendliche wirken belebend und bringen einen frischen Wind in die Destination.»

chendes Angebot zur Verfügung zu haben. Die Hostels in der Schweiz haben sich enorm weiterentwickelt und können genau diesen Bedürfnissen der Jugend entsprechen. Es wird ihr leicht gemacht, in einer gemütlichen Atmosphäre neue Kontakte zu knüpfen, sich auszutauschen. Die Jugendlichen können unkompliziert und auf einfache Weise die Schweiz in ihrer ganzen Schönheit entdecken. Spart der Gast bei der Übernachtung, wird umso mehr Wertschöpfung in der Destination generiert, und zudem bleibt er länger am selben Ort. Jugendliche tun einer Destination gut. Sie wirken belebend und bringen einen frischen Wind, um aktiv die Schweiz zu entdecken. Sind wir mal ehrlich, kann eine Destination auf eine solche Zielgruppe verzichten? Machen wir es ihnen doch einfach, so kommen sie wieder, ganz im Sinne von «Die Jugend von heute, die Gäste von morgen».

* Roswitha Griesemer ist Präsidentin von Swiss Hostels.

Aufgefallen

Arosa bringt Schweizer Manager ins Schwitzen



Mit dem Humorfestival sorgt Arosa jeweils im Januar für ein ausgiebiges Training der Lachmuskeln.

Nun sollen in Arosa auch die Beinnuskeln trainiert werden. Nicht irgendwelche Beinnuskeln, sondern diejenigen von Schweizer Managern. Heute Abend wird zum ersten Swiss Management Run rund um den Arosa Obsee gestartet. Je nach Kondition wählen die Führungskräfte ihre Laufstrecke über 1,2 km, 5 km oder 10 km. Zuvor können sie sich im Symposium «Fit for Management» mental stärken. Für die Premiere konnte Arosa Tourismus 250 Anmeldungen entgegennehmen. Eine beachtliche Zahl, die deutlich macht, dass die Arosener Touristiker «Fit for Marketing» sind. ste

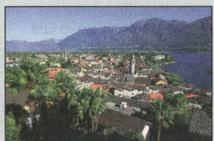
Aus der Region

Tessin

Swiss hat neuen Partner für Flüge nach Lugano

Für die Swiss fliegt nicht mehr Ethad Regional ins Tessin. Ab Winterflugplan 2014/15 führt die Tyrolean Airways die Flüge für die Swiss auf der Strecke Zürich-Lugano mit grösseren Turbo-prop-Maschinen durch. Tyrolean ist eine Tochter der österreichischen Fluggesellschaft Austrian Airlines, die wie die Swiss zur deutschen Lufthansa gehört. Wie bisher wird die Verbindung vier Mal täglich geflogen.

Zustimmung zum neuen Tessiner Tourismusgesetz



ZVG

Dem neuen Tourismusgesetz hat der Tessiner Grosse Rat mit grosser Mehrheit zugestimmt. Es soll den **Tourismus im Tessin** ankurbeln. Der Kanton erhält eine neue, für die überregionale Vermarktung zuständige Agentur. Das Kantonsparlament stimmte auch dem Kredit von 24 Mio. Franken für die Agenzia turistica ticinese zu. Damit ist die Agentur bis 2018 finanziert. dst

Mehr Schub für die SGH

Die SGH soll zur Förderung der Beherbergungswirtschaft mehr Möglichkeiten erhalten. Die Totalrevision der entsprechenden Verordnung geht in die Vernehmlassung.

DANIEL STAMPFELI

Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) soll in Zukunft Hotels und «strukturierte Beherbergungsbetriebe», wie etwa Mischformen zwischen der klassischen Hotellerie und der Parahotellerie, sowie dazugehörige Grundstücke, Bauten, Räumlichkeiten, Installationen und Einrichtungen unterstützen. Dies schreibt der Bundesrat zur Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens zur totalrevidierten Verordnung zum Bundesgesetz über die Förderung der Beherbergungswirtschaft.

Ausdehnung des Förderperimeters

«Es geht darum, den neuen Entwicklungen in der Hotellerie Rechnung zu tragen, also künftig noch mehr und besser hybride

und zukunftsorientierte Beherbergungsformen mitfinanzieren zu können», sagt SGH-Direktor Philippe Pasche. Mit der Revision soll auch der Förderperimeter in Anlehnung an den örtlichen Wirkungsbereich der Neuen Regionalpolitik (NRP) ausgedehnt werden. Dies ermögliche, die veränderten touristischen Realitäten in einzelnen Kantonen besser zu berücksichtigen. «Damit soll die Koordination zwischen den durch die SGH finanzierten Gebieten und den NRP-Gebieten verbessert werden», so Pasche.

Höhere Darlehen möglich

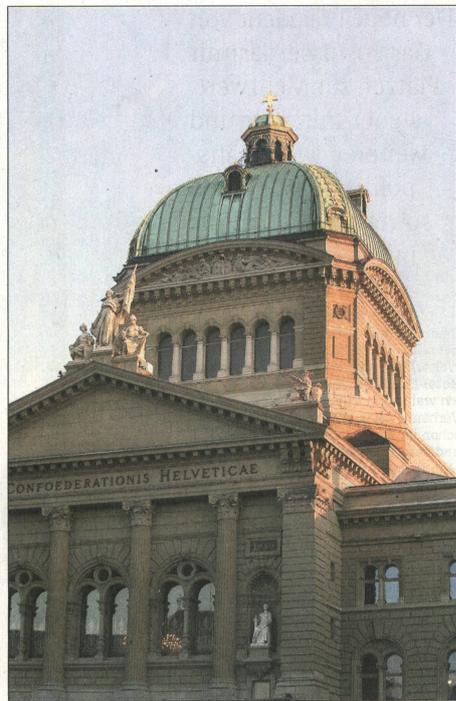
Ferner soll mit der Revision der Verordnung auch die Begrenzung des Darlehensbetrags pro Investitionsprojekt erhöht werden. In Zukunft könnte die SGH Darlehen bis zu 6 Millionen Franken und bis zu 40 Prozent des Ertragswerts gewähren. In Ausnahmefällen wären auch höhere Darlehensbeträge möglich. «Heute können wir in der Regel bis zu 2 Millionen Franken mitfinanzieren, und unser Anteil an der Gesamtfinanzierung liegt bei 25 bis 35 Prozent», so Pasche. Bei den

Präzisierungen der Fördertätigkeit der SGH wird im Verordnungsentwurf hinsichtlich der Beratungstätigkeit der SGH festgehalten, dass auch Dritte, wie Banken oder die öffentliche Hand, von der SGH-Beratung profitieren können. Die SGH-Beratungsdienstleistungen in Strategie-, Investitions- und Finanzierungsfragen müssen einen direkten Bezug zu der Beherbergungswirtschaft aufweisen. «Dies ist eigentlich nichts Neues, die Beratertätigkeit der SGH war schon bis jetzt möglich. Denn das Bundesgesetz sieht ja vor, dass wir andere Aktivitäten, wie die Beratung, ausüben können», erklärt Pasche. Da dies aber nicht explizit in der Verordnung festgehalten war, gehe es um eine rechtliche Bereinigung in der Verordnung. Die Vernehmlassungsfrist endet Mitte Oktober 2014. «Die Formulierung der in die Vernehmlassung geschickten Revision entspricht ganz der Position der SGH», so Philippe Pasche. Die SGH sei in die durch das Seco erfolgten Vorarbeiten stark involviert gewesen.



«Es geht darum, den neuen Entwicklungen in der Hotellerie Rechnung zu tragen.»

Philippe Pasche
Direktor SGH



Die Förderung der Beherbergungswirtschaft ist ein Politikum. ZVG

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 Innovat-Förderprogramms unterstützt. Der MILESTONE steht unter dem Patronat des Schweizer Tourismus-Verbands.



Trotz steigender Übernachtungszahlen werden Gruppenreisen aus Asien häufiger annulliert. Die betroffenen Hoteliers fragen sich: Ist dies Zufall oder Methode?

MARKUS UNTERFINGER

Das Haus ist im Juni voll ausgebucht. Mit diesem Gefühl lehnt ein Hotelier im Berner Oberland neue Anfragen noch Ende April guten Gewissens ab. Dann kommt der Mai und damit die erste Stornierung einer Gruppenreise aus Asien. Im letzten Moment, 28 Tage vor dem Reservationsdatum, meldet sich der zweite Operator und storniert eine weitere Gruppe. Wie Schnee an der Frühlingssonne schmilzt die Vollbelegung dahin. Ende Juni ist dieser Hotelier froh, dass sein Haus noch zur Hälfte ausgelastet ist.

Diese Geschichte ist leidlich bekannt und viele Hoteliers teilen dieses Schicksal im harten Kampf um Gruppenreisen. Damit hat der Hotelier aus dem Berner Oberland leben gelernt. Erboast ist er über eine neue Buchungsmethode, die von Tour-Operatoren vermehrt neigen sollen, allen voran der Schweizer Branchenleader Kuoni.

Gebuchte Gruppen werden umgebucht

Ein Brancheninsider kennt die Klagen: «Einerseits sind die Häuser auf Kuoni angewiesen und müssen sich andererseits brutales Buchungsverhalten und einen ruinösen Preiskampf gefallen lassen.» So werden laut dem Kenner der Branche und dem betroffenen Hotelier auch Gruppenreisen abgesagt, die wie geplant durchgeführt werden. Eingebucht würden sie später wieder in einem anderen Hotel, das ein



In letzter Zeit haben sich plötzliche Absagen von Gruppenreisen aus Asien gehäuft. Schweizer Hoteliers sind skeptisch.

Alan O. Bollat

Suspekte Absagen

paar Franken günstiger offerierte. Die schwache Auslastung vieler Hotels und die grössere Konkurrenz um asiatische Gruppenreisen verleiht zu dieser Praxis. Kuoni habe sogar schon Gruppen annulliert und diese bei demselben Hotel unter anderem Namen und zu tieferen Konditionen wieder angeboten.

Kuoni demontiert diese Praxis vehement. Mediensprecher Julian Chan schreibt: «Gerade im japanischen Markt müssen Reisende in den ausgeschriebenen Hotels untergebracht werden. Dies ist sogar gesetzlich geregelt, und wir würden schadenersatzpflichtig. Zudem legen wir Wert auf eine professionelle und nachhaltige Zusammenarbeit mit unseren Hotelpartnern.»

Was ist aber mit den anderen asiatischen Märkten, wie China oder Indien, die keinen strengen Konsumentenschutz kennen? Ein anderer Insider schildert, dass im Gruppengeschäft auch die Tour-Operatoren von Agenturen in Fernost unter Druck gesetzt würden, um günstigere Tarife auszuhandeln: «Dank Internet ist es heute üblich, dass man den Markt im letzten Moment nochmals konsultiert und das günstigste Angebot sucht.» Die Vermutung, dass umgebucht wird, liege daher nahe. Ein

Indiz ist zudem, dass bei steigenden Übernachtungszahlen aus diesen Märkten die Annullationsquote bei Gruppenreisen immer höher wird.

«Ein fixes Kontingent ist betriebswirtschaftlich nicht mehr zu rechtfertigen.»

Frank Schilling
Best Western Hotel Butterfly Zermatt

Anpassung an neue Situation

Für die laufende Sommersaison hat Frank Schilling, Direktor des Best Western Hotels Butterfly in Zermatt, seine Geschäftsbeziehung mit Kuoni

den neuen Gegebenheiten des Marktes angepasst. «Unser 3-Sterne-Haus verzeichnete eine ungewöhnlich hohe Zahl an Absagen, und die abgesagten Grup-

pen konnten nicht wie früher durch den Tour-Operator ersetzt werden. Ein fixes Kontingent ist somit betriebswirtschaftlich nicht mehr zu rechtfertigen», erklärt Schilling. Er ist überzeugt, dass das Gruppengeschäft mittelfristig auch bei asiatischen Gästen abnehmen wird. Bis dahin entscheidet er wieder selbst, wann und zu welchen Bedingungen er Gruppenreisen annimmt. Denn Kuoni schreibt pendente Gruppen regelmässig aus, für die der Tour-Operator kurzfristig meist günstige Hotelübernachtungen sucht.

Wie sind Ihre Erfahrungen im Umgang mit Tour-Operatoren? Die htr möchte das Thema vertiefen und sucht weitere Beispiele. Schreiben Sie an: redaktion@htr.ch

Aus der Region

Wallis

Widerstand gegen Pläne auf dem Klein Matterhorn

Gegen die von der Zermatt Bergbahnen AG geplante Aussichtsplattform mit Skywalk auf dem Klein Matterhorn hat die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz Einsprache erhoben. Das geplante Bauvorhaben sei aus Gründen des Gebotes grösstmöglicher Schonung der Landschaft abzulehnen und deutlich zu reduzieren. Eine Aussichtsplattform möge durchaus touristisch komplementär sein, doch der vorliegende Skywalk sei weit über das Mass hinaus dimensioniert.

Mittelland

Casino Baden erhält Konzession für Casino in Wien



ZVG

Die Stadtcasino Baden AG hat mit ihrem deutschen Partner, der Gauselmann Gruppe, den Zuschlag für ein Casino im Stadtgebiet Wien Südwest erhalten. Der Standort befindet sich im historischen Stadtschloss des Palais Schwarzenberg, wo die schweizerisch-deutsche Trägergesellschaft, die sich mehrheitlich im Besitz der Stadtcasino Baden AG befindet, ein Grand Casino bauen und betreiben wird.

Berner Oberland

Jungfrau Region Marketing mit 2013 zufrieden

An der Generalversammlung der Jungfrau Region Marketing AG (JRM AG) war von einem guten Geschäftsjahr 2013 die Rede. Die Hotellogiernächte nahmen um 7,7% auf knapp 1,9 Millionen zu. Auf Wunsch von Grindelwald Tourismus und Wengen Mürren Lauterbrunnental Tourismus haben die Jungfrauabahn, die Schilthornbahn und die Männlichenbahnen ihre Aktien den beiden Tourismusorganisationen verkauft. Für die Realisierung des Projekts DMO beauftragt die JRM AG die Verschlingung des Aktionariats.

Basel

Nonstop mit dem Bus vom Bahnhof an den Flughafen



ZVG

Während der Hauptreisezeit, vom 5. Juli bis zum 26. Oktober 2014, verstärken die Basler Verkehrsbetriebe (BVB) den Takt der Buslinie 50 an den Wochenenden. Tagsüber verkehrt der Nonstop-Kurs vom Bahnhof SBB an den EuroAirport jeweils als Vorkurs zu den regulären Kursen nach der vollen und der halben Stunde. Nach Mitternacht wird eine Spätfahrt angeboten. dst

Jodler füllen Davoser Betten

Nächstes Wochenende wird Davos von Jodlern und Fahnenschwingern in Beschlag genommen. Gastgeber versprechen sich vom 29. Eidgenössischen Jodlerfest ein gutes Geschäft.

DANIEL STAMPLI

«Wir sind überzeugt, dass das Jodlerfest 2014 in der Destination Davos Klosters ein Anlass mit einer langen Nachwirkung sein wird», sagt Nuot Lietha, Leiter Medien der Destination Davos Klosters. Zum grössten Anlass, der je im Landwassertal stattgefunden hat, werden rund 10'000 aktive Mitglieder des Eidgenössischen Jodlerverbandes mit vielen Begleitpersonen und einige zehntausend Besucher erwartet.

Die Gäste übernachten in Hotels, Gruppenunterkünften, Fe-



Jodler nehmen das Landwassertal in Beschlag.

ZVG

rienwohnungen und Turnhallen sowie Zivilschutzanlagen. «Es gibt wenige freie Betten in Hotels der Destination», so Nuot Lietha. Dies, da es zu kurzfristigen Absagen kam. Vor zwei Wochen hätte es in der Destination keine freien Hotelbetten mehr gehabt. «Über unser Gästeberatungsbüro wurden von Donnerstag bis Sonntag rund 12'000 Logiernächte in Hotels Gruppenunterkünften und Turnhallen gebucht», so Lietha weiter. Den besonderen Gästen das Angebot angepasst habe die

lokale Gastronomie. Es stehen also vor allem traditionelle und schweizerische Gerichte auf der Menükarte.

Eine Herausforderung stellt auch die Logistik in Sachen Transport dar. Mit Zielbahnhof Davos Platz verkehren Extrazüge der Rhätischen Bahn. Zwischen Landquart und Davos wird ein Bahn-Shuttle-Betrieb eingesetzt. Ergänzend zu den fahrplanmässigen Zügen verkehren während der Hauptverkehrszeiten Extrazüge im 15-Minuten-Takt.

Mehr virtuelle Meetings

Im globalen Vergleich sind Schweizer Travel Manager bei der Social-Media-Nutzung weit vorne. Dies zeigt eine Studie von Airplus International.

Ist im internationalen Vergleich der Einsatz von elektronischen Buchungssystemen (28% gegenüber 43% global) bei Schweizer Reiseverantwortlichen zwar ausserordentlich niedrig, liegen sie dafür bei der Verwendung von sozialen Netzwerken mit 41% satte 7% über dem westeuropäischen Durchschnitt. Die Schweiz

ist damit gemäss der Management-Studie von Airplus International Travel eines der wenigen Länder, in denen Social-Media-Nutzung höher gewichtet wird als elektronische Buchungssysteme.

Auf einem Gebiet seien Schweizer Firmen geradezu technikversessen: 44% geben an, virtuelle Meetings statt Geschäftsreisen einzusetzen. Ein weiteres Drittel sieht in diesem Bereich zumindest einen künftigen Trend. Die Zunahme virtueller Meetings könnte laut Airplus auch erklären, wieso lediglich ein knappes Viertel der Schweizer Reiseanbieter eine Zunahme von Flugbuchungen ihres Unter-

nehmens erwartet. Der Trend hin zu virtuellen Meetings hat sich aber nicht nur in der Schweiz, sondern global in vielen Unternehmen durchgesetzt. 43% der Befragten gaben an, dass virtuelle Meetings einen Teil ihrer Geschäftsreisen ersetzen.

Aus Schweizer Sicht überraschten Airplus vor allem die Umfrageergebnisse im Beschaffungsbereich: An erster Stelle liegen hier mit 34% die verschärften Reiserichtlinien. Ein deutliches Zeichen dafür, dass viele Schweizer Unternehmen in naher Zukunft eine strengere Kontrolle der Reiseausgaben beabsichtigen. dst

Stimmbürger von Meyriez erteilen Hotel Vieux Manoir eine Abfuhr

Teilrevision der Ortsplanung soll nicht weitergeführt werden. Der Ball liegt nun beim Gemeinderat.

Rückschlag für die Verantwortlichen des Hotels Le Vieux Manoir in Meyriez. Am vergangenen Sonntag haben die Stimmbürger von Meyriez in einer Konsultativabstimmung eine Fortsetzung der für den Ausbau des Hotels notwendigen Teilrevision der Ortsplanung klar abgelehnt. Gemäss «Freiburger Nachrichten» sagten die Stimmbürger auch zur Frage Nein, ob der Gemeinderat bei der durch Einsprachen blockierten Teilrevision mit Beteiligten Kreisen eine Lösung suchen soll.

Das Abstimmungsergebnis ist für die Exekutive rechtlich nicht bindend. Die Entscheidung über das weitere Vorgehen liegt nun beim Gemeinderat. Dieser will nun den definitiven Entscheid erarbeiten und das Ergebnis Ende Juli kommunizieren.

Mitarbeitende und Eigentümer (Martin und Judith Müller-Opprecht) des Hotels und der «Pinte du Vieux Manoir» hätten das Ergebnis der Abstimmung enttäuscht zur Kenntnis genommen, heisst es in einer Stellungnahme des «Vieux Manoir». dst

Ascona im Jazzfieber

An der 30. Ausgabe von «Jazz Ascona» konnten die Besucher an 10 Tagen über 240 Konzerte geniessen. Das Tessiner Musikfestival liessen sich auch viele Branchenleute nicht entgehen.

SABRINA GLANZMANN



Stimmungsvolles Ambiente auf der Piazza Giuseppe Motta an der 30. Auflage von «Jazz Ascona».

Bilder Massimo Pedrazzini/zvg

Immer im Juni geht es in Ascona jazzig zu und her: Zum 30. Mal fand heuer das Musikfestival «Jazz Ascona» statt, das letzten Samstag nach über 240 Konzert-Leckerbissen zu Ende ging. Alleine die Eröffnungsfeier zählte 250 geladene Gäste aus Wirtschaft, Tourismus, Hotellerie und Politik. Festivalpräsident Guido Casparis zeigt sich mit der diesjährigen Ausgabe zufrieden: «Das Feedback von Publikum, Presse und Sponsoren ist ausgesprochen positiv ausgefallen.» Insgesamt über 60 000 Besucher konnte man begrüssen.

«Jazz Ascona» hat 2014 sein Feeling für die Musik und für Künstler aus New Orleans bewiesen – noch nie waren sie so zahlreich vertreten wie dieses Jahr. Stephen Perry, CEO New Orleans Convention & Visitors Bureau, reiste direkt aus der Delta-Stadt an, um den «Ascona Jazz Award 2014» entgegenzunehmen. Er betonte, er wolle die Verbindung zum Festival noch verstärken und in Ascona eine noch bedeutendere Plattform für die Musik aus New Orleans in Europa kreieren.



Elia Frapolli (Direktor Ticino Turismo, I.), Pietro Herschmann (Gioielleria Herschmann Ascona).



Marco Solari (Präsident Ticino Turismo) hielt die Ansprache zur Festivaleröffnung.



Michele Tognola (Ente turistico di Tenero-Verzasca, I) und Fabio Lafranchi (Vallemaggia Turismo).



Maurizio Checchi (Gemeinde Ascona), Michela Ris, Pietro Herschmann (Gioielleria Herschmann Ascona), Samantha Bourgojn (Sponsoring Jazz Ascona), Aldo Merlini (Präsident Ente Turistico Lago Maggiore ETLM), Nadia Dresti (Film Festival Locarno), Gianfrancesco Beltrami (Gemeinde Ascona), v.l.



Nicolas Gilliet (Kunstl. Leiter), Guido Casparis (Präs. Jazz Ascona & Hotel Ronco), Stephen Perry (Präsident & CEO Convention & Visitors Bureau New Orleans), Luca Pissoglio (Gemeindepräs. Ascona), v.l.

Romantiker setzen weiterhin auf Qualität und erhalten Zuwachs

Jüngstes Mitglied der Romantik Hotels und Restaurants ist das Hotel Beau-Rivage in Weggis.



Romantiker unter sich, v.l.: Oliver Müller, Hotel Beau-Rivage Weggis; Inge Struckmeier, ehem. Geschäftsführerin; Romantik-Schweiz-Präsident Adrian K. Müller; Michael Simon, neu im Vorstand. zvg

An der Medienkonferenz im Zürcher Hotel Florhof zog Adrian K. Müller, Präsident der Romantik Hotels Schweiz, eine positive Bilanz.

Mit dem «Beau-Rivage» in Weggis zählt die Gruppe, die sich vor allem über Qualität definiert, nun 28 Mitglieder. br

Mit voller Kraft voraus



Gute Stimmung, interessante Gespräche: Das traditionelle Jahrestreffen der Preferred Partner von hotellerieuisse fand diesmal am

Thunersee statt. Auf die Schifffahrt folgte ein Besuch des Gastronomie-museums im pittoresken Schloss Schadau. Dort genossen

die Vertreterinnen und Vertreter der mit hotellerieuisse vernetzten Unternehmen anschliessend das exzellente Abendessen.

Sesselrücken

Rochade in der Division Hotellerie der SV Group

Peter Schickling verlässt nach vier Jahren als General Manager Ende Juli 2014 das Renaissance Zürich Tower Hotel. Er nimmt eine



zvg

neue Herausforderung im Marriott Hotel Amsterdam an. Die Nachfolge von Peter Schickling tritt am 1. August Tanja Schulte (links) an. Sie ist seit Februar 2010 General Manager im Courtyard by Marriott Basel. Nach drei Jahren als General Manager in den beiden Münchner Hotels Courtyard by Marriott und Residence Inn by Marriott hat Kayhan Kilit die Herausforderung angenommen, als Cluster GM die Hotels Residence Inn Sarajevo und Courtyard Sarajevo zu eröffnen. Auf Kayhan Kilit folgt Norbert Speth (rechts), welcher bisher als Hotel Manager im Courtyard by Marriott Zürich Nord in Oerlikon tätig war. Zusätzlich zu ihrer neuen Aufgabe als GM des Renaissance Zürich Tower Hotels wird Tanja Schulte auch die Leitung des Courtyard by Marriott Zürich Nord übernehmen.

Olten Tourismus mit neuem Geschäftsführer

Stefan Ulrich (Bild) ist vom Vorstand von Region Olten Tourismus zum neuen Geschäftsführer ge-



zvg

wählt worden. Der gebürtige Luzerner war zuletzt über sieben Jahre als stellvertretender Direktor von Schaffhauserland Tourismus tätig. Stefan Ulrich folgt auf Christian Gressbach, der nach zweieinhalb Jahren Region Olten Tourismus Ende August verlässt.

Vom Feriendorf Fiesch zur Fondation Barry

Claudio Rossetti hat bereits angekündigt, dass er per Februar 2015 das Sport Ferien Resort Fiesch als Direktor verlassen wird. Ab Februar 2015 wird Rossetti gemäss «Walliser Bote» CEO der Fondation Barry in Martigny (Bernhardiner-Hunde). Rossetti ist seit drei Jahren Direktor des Sport Ferien Resorts Fiesch. Im vergangenen Geschäftsjahr verbuchte das Fiescher Feriendorf knapp 128 000 Logiernächte, was einer Zunahme von 3,2% gegenüber dem Vorjahr entspricht. dst

ANZEIGE

FRÜHBUCHUNGSRABATT BIS 31. JULI 2014

Die Schweizer Ferienmessen 2015

Vertrauen schaffen Sie persönlich

Ferien.
Die Messe für Ferien und Reisen
Bern, 15.–18. Januar 2015
www.ferienmesse.ch

FESPO.
Die grösste Messe für Ferien und Reisen
Zürich, 29. Januar–1. Februar 2015
www.fespo.ch

Basler Ferienmesse.
Die grosse Messe für Ferien und Reisen
Basel, 13.–15. Februar 2015
www.baslerferienmesse.ch

Un verre de fée chez le juge

La Maison de l'absinthe ouvre aujourd'hui, un projet touristique d'envergure autour d'un produit à la magie trouble. Le Val-de-Travers présente un écrin aux idées larges.

ALEXANDRE CALDARA

Prosper ou maudite, fée ou sorcière, pleine ou vide? En inaugurant aujourd'hui sa Maison de l'absinthe, le Val-de-Travers (NE) espère attirer 10 000 visiteurs, dès la première année. Ils découvriront les histoires du Poilu, de la Malotte et de la Marie-Thérèse. Car ce centre d'interprétation, né au terme de dix ans de réflexion et qui a nécessité plus de deux millions de francs d'investissement n'évoque pas n'importe quel produit. Cette plante sème le trouble dès le sermon de Jérémie et devient une ambassadrice de la sociologie de la transgression. Directeur du lieu, Yann Klausner savoure: «J'éprouve une émotion particulière. C'est l'aboutissement. Grâce à un tissu économique de qualité, 27 entreprises, dont 20 locales, y ont participé.»

jet ironise: «C'est comme si l'on érigeait le musée des droits de l'homme à Guantanamo. On glorifie l'absinthe, dans le lieu même où elle fut diabolisée, quel paradoxe.» Mais l'architecte se réjouit surtout de pouvoir présenter un projet dans des locaux conçus par son atelier sous une mansarde évoquant une œuvre d'art: «Avec des délais, un budget et une qualité architecturale respectés. Mais comme les médias ne s'intéressent pas aux bonnes nouvelles, il imagine le scénario inverse: «Si l'on avait dû construire une bouteille géante sur un terrain en friche, cela nous aurait coûté le double et le centre du village de Môtiers n'aurait pas été valorisé.»

Une grande lucarne sur le territoire

L'atelier d'architecture Manini Pettrini a travaillé sur une bâtisse de 1794, une suite de petites pièces «cougnées», ose l'architecte. Il décide donc de partir à la recherche d'une respiration plus large: «Nous avons agi en enlevant de la matière, en créant un vide central comme dans les théâtres élisabéthains. Cela permet entre ciel et terre de laisser le monde de l'absinthe autour.



«L'aboutissement de dix ans de réflexions, grâce à notre tissu économique.»

Yann Klausner
Directeur Maison de l'absinthe



L'architecture de la Maison de l'absinthe valorise le vide et la lumière.

Quant à la grande lucarne sur le dehors, elle offre une prise de contact avec le territoire.» Des paysages majestueux et farouches: le Creux-du-Van, les mines d'asphalte, le prieuré du producteur de mousses Mauler. «Notre tourisme se développe, le Grand Tour de Suisse Tourisme prévoit une étape dans le Val-de-Travers», précise le conseiller communal Frédéric Matry.

Confiée à la société Thematis de Vevey la muséographie veut faire partager au plus grand nombre les histoires vivantes de l'absinthe. Evidemment à travers des

objets: pots, verreries, alambics. Mais aussi par des tablettes tactiles et des écrans. Le but étant d'impliquer le spectateur notamment dans un confessionnal. Ou certains raconteront peut-être comment ils commandaient «une petite, un lait du Jura ou un thé de Boveresse.»

Exposition temporaire consacrée aux femmes et à l'absinthe

L'équipe de Michel Etter dit aussi la pharmacopée, l'heure de gloire, la consommation effrénée, le graphisme de la Belle Époque, le romantisme et les pièces à con-

victions. La première exposition temporaire évoque les femmes et l'absinthe. «Femme buveuse, femme de buveur ou victime». La Maison n'oublie pas les heures tragiques liées à la boisson.

Après la visite il s'agit «de s'absinther avec modération», comme le suggère Nicolas Giger, président de l'association Pays de l'absinthe. Pour se faire un bar où l'on dénicher 28 fées de 15 producteurs et retrouve ses effluves d'anis, menthe et huiles essentielles. «La Mélusine du zinc», écrit Michel Butor dans «L'étoile absinthe». Une galaxie.

En bref

Suisse

Milestone: un prix de la relève différent

Le prix de la relève du Milestone 2014 modifie ses critères. Il s'adressera aux moins de 32 ans. Toutes ses candidatures doivent désormais être parrainées par un mentor. Qui peut ainsi encourager les éléments prometteurs de son établissement à participer au concours. Les candidats individuels et collectifs peuvent s'inscrire jusqu'au 29 août. [aca](http://www.htr-milestone.ch)

www.htr-milestone.ch

Vaud

Château d'Aigle en ambassadeur du Chasselas



Le Château d'Aigle accueille samedi la troisième édition du Mondial du Chasselas. Entre 10 h et 18 h les curieux et passionnés pourront déguster 200 chasselas différents et en profiter pour visiter le Musée de la vigne et du vin. Vendredi, les chasselas 2014 primés seront récompensés lors de la cérémonie officielle, uniquement sur invitation. Un jury international a dégusté 642 chasselas dont 47 étrangers. [lb](http://www.mondialduchasselas.com)

www.mondialduchasselas.com

Le Montreux Jazz et ses multiples vitrines



L'harmonica et un des costumes de Claude Nobs sont exposés au Château de Prangins, comme témoins de l'actualité, jusqu'au 26 octobre. Ils font partie d'un legs reçu par le musée national suisse. Par ailleurs le Montreux Jazz Café au Montreux Palace vient d'ouvrir vendredi. Le Funky Claude's Bar sera inauguré en septembre. Quant au Montreux Jazz Festival, il démarre vendredi, on y attend Stevie Wonder, Wayne Shorter et Massive Attack. Près de 230 000 personnes devraient le fréquenter.

Yverdon: des dossiers de repreneurs

Le centre thermal et le Grand hôtel des Bains, tous deux dirigés par Guy Lindt depuis octobre 2013, viennent de tenir leur assemblée générale. Et peut-on lire dans «24 heures» les affaires ne vont pas bien. En 2013 le Grand Hôtel voit son chiffre d'affaires en perte de 3,66% pour afficher 5,43 millions de francs. La Cité des bains boucle sur une perte de 1,4 million dû à un amortissement exceptionnel. La Ville cherche toujours un repreneur et cinq entités auraient fait part de leur intérêt. Des offres fermes devraient intervenir en automne. [aca](http://www.htr-hotel.ch)

Vers un crédit hôtelier renforcé

La Société suisse de crédit hôtelier doit disposer de moyens accrus afin d'encourager l'hôtellerie. Le texte de l'ordonnance a été entièrement remanié et la procédure de consultation vient de débuter.

DANIEL STAMPFELI

A l'avenir, la Société suisse de crédit hôtelier (SCH) devrait soutenir les hôtels et les «établissements hôteliers structurés», à mi-chemin entre l'hôtellerie classique et la parahôtellerie, ainsi que les biens fonciers, édifices, locaux, installations et aménagements correspondants. Tel est le message délivré par le Conseil fédéral à

l'occasion de l'ouverture de la procédure de consultation pour la révision totale de l'ordonnance relative à la loi fédérale sur l'encouragement du secteur de



Les crédits hôteliers devraient augmenter. [Alain D. Boillat](http://www.htr-hotel.ch)

l'hébergement. «Il s'agit de prendre en considération les récentes évolutions intervenues dans l'hôtellerie afin de contribuer dans une mesure plus large et dans de meilleures conditions au financement de formes d'hébergement hybrides à l'avenir prometteur», déclare Philippe Pasche, directeur de la SCH.

La révision permettra notamment d'étendre le champ d'activité selon le modèle d'application local mis en œuvre par la Nouvelle politique régionale (NPR). Le texte remanié tient compte de la modification de la réalité touristique dans plusieurs cantons. «Nous disposerons ainsi des instruments nécessaires pour améliorer la coordination entre les domaines financés par la SCH et les secteurs concernés par la NPR», poursuit Philippe Pasche.

En outre, la révision de l'ordonnance s'accompagne d'une augmentation de la limite de crédit pour un objet d'investissement. Désormais, la SCH sera en mesure d'octroyer des crédits à hauteur de 6 millions de francs et de 40% de la valeur de rendement. Ces seuils pourraient être dépassés dans des cas exceptionnels.

«Aujourd'hui, nous accordons en règle générale des prêts jusqu'à 3 millions de francs alors que notre part au financement total se situe entre 25 et 35%». En spécifiant de manière détaillée les activités d'encouragement de la SCH, le projet d'ordonnance prévoit que des tiers, à l'instar des banques ou des pouvoirs publics, bénéficient des prestations de conseil de la SCH, à condition qu'elles présentent un lien direct avec le secteur hôtelier.

«Cet aspect n'est pas nouveau, car la loi stipulait déjà que la SCH était habilitée à exercer des activités complémentaires, à l'exemple du conseil», explique Philippe Pasche. D'un point de vue juridique, il était toutefois nécessaire de faire figurer explicitement ces dispositions dans le texte de l'ordonnance.

La procédure prendra fin à la mi-octobre 2014. «Dans sa formulation, la révision de l'ordonnance soumise à consultation correspond parfaitement à la position de la SCH», relève encore Philippe Pasche. En effet, la SCH a été étroitement associée aux travaux préparatoires qui se sont déroulés sous l'égide du Seco.

Traduction Jean Pierre Ammon
d'un texte en page 4

En bref

Fribourg

Les citoyens pas prêts à soutenir le Vieux-Manoir

Les citoyens de Meyriez ont été consultés dimanche sur le dossier du Vieux-Manoir, actuellement fermé. Un double «non» est sorti des urnes, répondant aux questions: «Le conseil communal doit-il poursuivre la révision partielle du plan d'aménagement local?» et «Le conseil communal doit-il essayer de trouver des solutions avec toutes les parties intéressées?» La commune se détermine d'ici la fin juillet.

Moins de monde que prévu au spectacle «1476»



Ralf Ränge/Murten Productions GmbH

Le spectacle en plein air «1476» en mémoire de la bataille de Morat a attiré 36 000 personnes, indiquent les organisateurs dans un communiqué. Soit une moyenne de 1100 spectateurs par représentation et deux-tiers des places vendues. Mais un peu moins que les 45 000 entrées escomptées. La trente-deuxième et dernière représentation s'est déroulée samedi à Morat. lb

Butineuses de luxe

Du miel en temps réel. Le Beau-Rivage de Neuchâtel a posé trois ruches technologiques sur son toit. Entre sensibilisation et coup marketing, 60 000 abeilles suivies à la trace.

LAETTITA BONGARD

Le Beau-Rivage de Neuchâtel accueille des hôtes exigeantes et particulièrement assidues depuis quelques semaines. Trois ruches, abritant 20 000 abeilles chacune, ont été installées sur son toit. Leur particularité? Elles seront bientôt munies de capteurs afin de suivre l'évolution en temps réel des hyménoptères. Cet été, à l'apogée de la colonie, leur nombre se multipliera, pouvant atteindre 60 000 abeilles par maisonnette. Un monde fourmillant et passionnant qui a séduit Thomas Maechler, propriétaire et maître de maison de l'hôtel 5 étoiles: «J'ai été très marqué par le film «More than Honey» de Markus Imhoof. Etant grand amateur de miel, je voulais faire quelque chose, c'est une petite contribution pour la nature.»

La rencontre avec l'apiculteur Audric de Campeau, fondateur

de la start-up CitizenBees, permet de concrétiser ses intentions. Le Beau-Rivage est le premier toit à accueillir le concept de l'entreprise éco-responsable, orientée high tech. «L'objectif est multiple: sensibiliser l'entreprise et ses collaborateurs, produire du miel, participer à la survie des abeilles en leur offrant un cadre propice. A cela s'ajoute une démarche scientifique grâce aux capteurs et caméras placés à l'intérieur et à l'extérieur des ruches», explique Audric de Campeau. Les données seront traitées en collaboration avec Neode, le parc scientifique et technologique de Neuchâtel. Encore en phase test, la technologie sera incorporée sur le site d'ici le mois de septembre.

Au niveau logistique, l'hôtel pourra compter sur les visites régulières de l'apiculteur neuchâtelois Jean-Claude Meier. Le personnel sera également sensibilisé à l'activité des abeilles et à la fabrication du miel.

Le miel urbain offre une qualité intéressante et reconnue

La tendance du miel urbain s'épanouit et se taille une réputation. A Genève par exemple, plus de 60 ruches ont été recensées en 2013, dont deux ayant trouvé refuge sur le toit du Grand Hotel Kempinski depuis l'été dernier. La première récolte est attendue pour le mois d'août.

«En ville, la floraison est permanente et étagée, ce qui n'est pas le cas en campagne. On débute en février avec le romarin

pour terminer en novembre avec le lierre. Les villes sont propices à abriter des espèces exotiques, je pense au marronnier d'Inde, au cerisier du Japon, ce qui permet une grande diversité gustative.» L'apiculteur de CitizenBees, qui possède quinze ruches à Paris, relève encore l'absence de pesticide en milieu urbain et la capacité des abeilles à filtrer la pollution. «Les abeilles résistent mieux en ville», résume-t-il.

Entre 60 et 100 kilos de miel au goût encore méconnu

D'ici la fin de l'été, les trois ruches du Beau-Rivage devraient permettre de récolter entre 60 et 100 kilos de miel, en fonction de la météo. «Nous ne savons pas encore quel goût il aura. Tout dépendra des fleurs que les abeilles auront butinées», indique Thomas Maechler émerveillé.

Déjà, il imagine un écran permettant de suivre en direct la vie des abeilles à l'heure du petit-déjeuner, spectacle agrémenté d'un pot de ce miel à déguster ou à offrir comme cadeau de bienvenue. «Un souvenir idéal pour nos clients qui souhaitent ramener un produit local, du terroir», appuie Mélanie Beer, responsable marketing. Dès les premières coulées, le chef du restaurant O'terroirs Eric Mazéas s'en inspirera pour l'intégrer à ses plats. «Pas qu'en accompagnement d'une salade de chèvre chaud», promet Thomas Maechler.

Les idées foisonnent et les abeilles butinent.



Thomas Maechler et l'apiculteur Audric de Campeau rendent visite à leurs «filles», sur le toit de l'hôtel. Beau-Rivage Hôtel, Neuchâtel

ANNONCE

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 hotelleriesuisse, avec le soutien du SECO dans le cadre du programme d'encouragement innovator. Le MILESTONE est placé sous l'égide de la Fédération suisse du tourisme.

innovation
tourism

htr hotel revue

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

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

Patronage
STV FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse de tourisme
Federazione svizzera del turismo
Federacziun svizra del turissem

Partenaire de l'événement
ROUES HOTELIERS
LAUSANNE

Routard d'un bout à l'autre de la Suisse

L'association Swiss Hostels veut renforcer sa présence en Suisse romande. Un spécialiste est chargé d'y étoffer l'offre et un projet d'établissement routard est en préparation à Nyon.

LAETITIA BONGARD

L'association Swiss Hostels croit au potentiel de développement en Suisse romande. Elle n'y compte que cinq établissements, à Genève, Lausanne, Vevey, Champéry et Gryon - sur un total de 38 en Suisse. Andreas Kappeler, reconnu dans le milieu «backpackers» pour avoir fondé le City Hostel Geneva en 1999 et propriétaire de celui-ci jusqu'à fin 2013, a été recruté pour faire évoluer ce nombre: «Je vise deux établissements supplémentaires par année, pour parvenir à dix membres dans deux ans. Des négociations sont en cours avec plusieurs établissements existants.» Au niveau national, l'association espère atteindre 60 membres à l'horizon 2015, ce qui devrait lui permettre d'augmenter drastiquement son nombre de nuitées. De 400 000 en 2013 à environ un million.

Andreas Kappeler ne parlerait pas de «retard» en Suisse romande. «Simple», l'association est gérée depuis la Suisse allemande. Il est normal qu'elle ait besoin de temps pour être connue en Suisse romande.» L'heure est donc au démarchage des hostels et auberges indépendants. «Il faut y aller maintenant», affirme Andreas Kappeler. Le nouveau responsable reste discret sur les établissements visés. Mais avoue avoir pris contact avec l'Au-

berge de jeunesse de Genève qui sortira du réseau des Auberges de jeunesse suisses à fin 2014 (htr du 7 juin 2014). «Cet établissement qui compte 334 lits pourrait être intéressant. Les relations entre l'AJ et le City Hostel Geneva ont toujours été bonnes», précise-t-il.



«Un backpacker dépense autant qu'un touriste logé dans un hôtel 2 ou 3 étoiles.»

Andreas Kappeler
Resp. Suisse romande Swiss Hostels

Projet à Nyon pour 2017-2018

Le besoin sur l'Arc lémanique est réel, en atteste l'important taux d'occupation du City Hostel Geneva (90%) et de l'Auberge de jeunesse de Genève (77%). «L'arrivée d'Easyjet il y a une dizaine d'années a largement contribué à l'essor de la demande», observe Andreas Kappeler.

Situation qui l'amène à négocier, depuis 2010 déjà, un projet d'établissement routard à Nyon, comprenant 100 à 120 lits dont quelques studios destinés par exemple aux élèves de l'École de Changins. Il prendrait place dans l'ancien immeuble à vocation sociale Bel Autonne, dans le quartier des Plantaz. Une échéance à 2017-2018 lui semble raisonnable. Il table sur un taux d'occupation de 55% la troisième année.

«Le syndicat de Nyon et président du Paléo Festival Daniel Rossellat soutient et pousse ce projet. L'implantation d'un hébergement bon marché est pour lui une réelle nécessité. Nous n'avons pas eu besoin de le convaincre, une situation qui n'est de loin pas la norme!» Le montant de l'investissement peut être estimé entre 4 et 7 millions de francs, selon le municipal Claude Uldry. Il reposera sur un financement public. Le projet n'a pas encore fait l'objet d'études et doit être encore soumis au conseil communal.

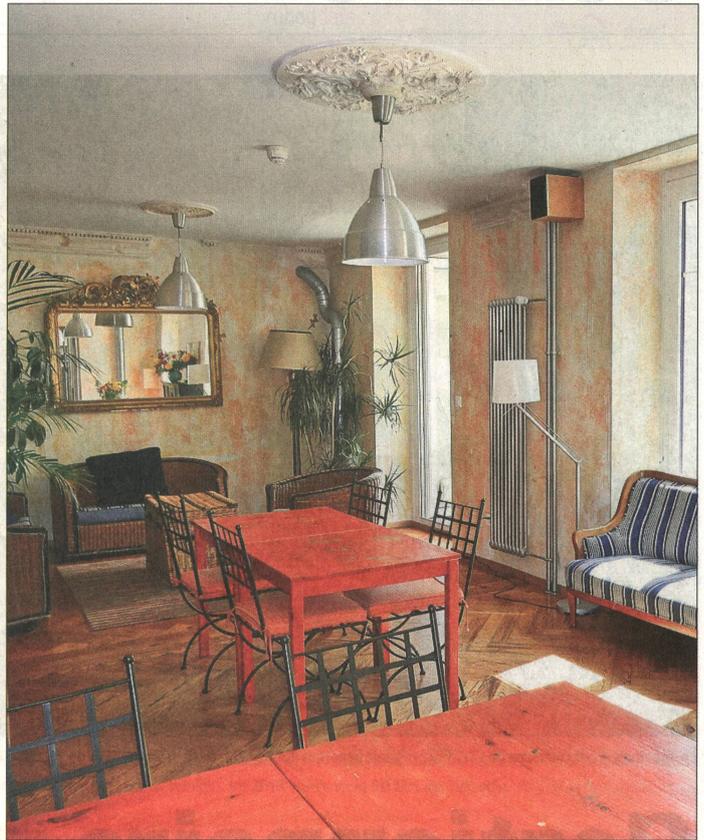
Andreas Kappeler tient à rassurer ceux qui pourraient en douter: «Il vaut la peine de s'intéresser aux backpackers. Des études démontrent qu'un routard dépense autant qu'un touriste logé dans un hôtel 2 ou 3 étoiles.» Ceux qu'il qualifie de «touristes de demain» dépendent davantage en shopping, sorties et activités sportives.

À Lausanne, le succès rencontré par le Lausanne Guesthouse & Backpacker semble confirmer le potentiel de ce type d'hébergement. «Il y a de quoi faire en Suisse romande et de la place à Lausanne pour un autre établissement. Notre taux d'occupation atteint les 90%», indique sa directrice Anne-Marie Elmiger. Elle est actuellement en négociation pour un nouveau bâtiment, celui-ci étant promis à la démolition vraisemblablement fin 2016, en lien avec la nouvelle gare.

Des dortoirs et une ambiance «comme à la maison»

Parmi les autres destinations au potentiel remarquable: Montreux pour son offre culturelle et sa proximité aux sommets vaudois, le Valais et son offre alpine, la région des Trois-Lacs, notamment Neuchâtel, très prisée par la clientèle suisse allemande adepte de mobilité douce.

Au-delà de l'emplacement, d'autres critères prévalent: que la moitié des chambres soient des dortoirs, des espaces communs conviviaux avec cuisine par exemple, une atmosphère «comme à la maison». Les énormes établissements ne constituent pas une priorité: «Une capacité de 70 à 80 lits est idéale, pour des raisons de



Les membres Swiss Hostels offrent une ambiance conviviale, comme le Lausanne Guesthouse.

rentabilité tout en gardant une taille humaine.»

Catalogue qui rappelle celui des Auberges de jeunesse suisses (AJS) qui a annoncé pareille intention d'accroître sa présence en Suisse romande. «On peut certes parler de concurrence, mais il ne faut pas exagérer. Dans un pays aussi petit, il est nécessaire de travailler ensemble», indique Andreas Kappeler. Contrairement aux AJS, Swiss Hostels n'a pas pour vocation de devenir propriétaire de certains établissements. Ni de suivre la voie du «bon marché de luxe», faisant référence à la nouvelle AJ qui vient d'ouvrir à Gstaad-Saanen. «Nous tenons à maintenir le prix de la nuitée entre 30 et 40 francs en dortoir.» A chacun sa stratégie pour une réelle complémentarité de l'offre.

Swiss Hostels Nuitées en hausse et une clientèle qui tend à se diversifier

L'association Swiss Hostels (anciennement Swiss Backpackers) totalise à ce jour 38 établissements, soit 2638 lits. Ils ont cumulé 400 000 nuitées en 2013, soit +3,9%. La clientèle helvétique représente moins de 27% des nuitées. Ses publics cibles sont les clients à petit budget, les familles, les randonneurs, motards et cyclistes et ce qu'elle nomme les «vieux routards» ou «Golden Agers».

En Suisse romande, les cinq membres sont: le City Hostel Geneva (98 lits), le Lausanne Guesthouse & Backpacker (80 lits), le Vevey Hotel & Guesthouse (60 lits), le Petit Barou-

deur à Champéry (32 lits) et le Chalet Martin à Gryon (30 lits).

La cotisation annuelle, dont le montant varie en fonction du nombre de lits, offre notamment une présence sur internet et les réseaux sociaux, une plateforme de réservation en ligne, des activités marketing libres et obligatoires ainsi qu'une adhésion auprès de l'organisation internationale Stay Wyse, engagée dans le tourisme à petit budget et le tourisme des jeunes. Les membres bénéficient de la classification Swiss Lodge auprès d'hotelleriesuisse.

www.swisshostels.com

Goût du fromage de grottes

Les grottes de Vallorbe et le fromager Steve Berger inventent le Vallgrotte. Une pâte mi-dure affinée en milieu naturel à un taux d'humidité fort.

Un fromage nommé le Vallgrotte. Voici un nouveau produit qui sera disponible dans une vingtaine de commerces du Nord vaudois dès vendredi. La rencontre entre Serge Audemars, président de la société des grottes de Vallorbe et le fromager Steve Berger aura permis cette aventure hors du commun. Le premier cherchait après le spectacle audiovisuel de la goutte d'eau dans la salle de la cathédrale une nouvelle idée. Le second rêvait d'affiner un fromage dans un milieu naturel.

Les deux entrepreneurs se sont chargés de rendre conforme aux règles d'hygiène un local du trésor des fées. La production du fromage a débuté en janvier dans la fromagerie Lignerolle. Le lait



Serge Audemars, président de la Société des grottes de Vallorbe, et le fromager de Lignerolle Steve Berger.

est caillé à 31 degrés, puis chauffé à 52,5 degrés pour devenir un fromage à pâte mi-dure qui sera affiné dans les grottes à un taux d'humidité de 92% et à une température de 11 degrés.

Une production annuelle de cinq tonnes

Protéé une fois par semaine, le Vallgrotte arrive à maturité dès 4 mois d'affinage. «Sa structure

souple et sa saveur légèrement salée sont les gages d'un produit de qualité», relève un fromager. Sa production annuelle devrait atteindre les cinq tonnes, soit environ 635 pièces de fromage. Le kiosque des Grottes disposera naturellement de ce produit que certains imaginent déjà coupé à un vin du terroir. aca

www.grottesdevallorbe.ch

Les doigts de fée de la spa manager du Chalet RoyAlp

Estelle Gomes, directrice du spa au Chalet RoyAlp Hotel de Villars, a été élue «Meilleure spa manager 2014», lors du Black Dia-



mond Award qui s'est tenu à Paris le 19 juin - récompense attribuée par des professionnels, journalistes et spécialistes de l'hôtellerie et spa de prestige. Estelle Gomes a rejoint l'équipe du Chalet RoyAlp en novembre 2009, après avoir été thérapeute et assistante spa manager au sein de Deep Nature Spa & Thalasso. Chalet RoyAlp Hotel & Spa a également été élu «Meilleure destination Spa Luxe-Europe» aux World Luxury Awards 2014.

Des architectes renommés aux Diablerets



Luigi Snozzi ouvrira la 3e édition de la conférence eco.villages, qui aura lieu le 28 août 2014 aux Diablerets, sur le thème «Architecture et planification pour un futur durable des villages et petites villes.» Le célèbre architecte suisse parlera de son expérience, lui qui a remodelé durant plus de trente ans le village tessinois de Monte Carosio. Egalement présente, Tomshiko Mori, architecte renommé et professeure à la Harvard University Graduate School of Design, encadrera ses étudiants. Ils présenteront dix visions d'un village durable pour les Diablerets. lb

Dorloté par un écrivain au petit-déjeuner

Jean d'Ormesson confrontera la noblesse de son regard azur à celle du Beau-Rivage Palace de Lausanne. Lors d'un petit-déjeuner



du Livre sur les quais dimanche 6 juillet, dès 10 heures, au salon Sandoz que les organisateurs annoncent «pétillant». Il présentera son dernier ouvrage «Comme un chant d'espérance» qu'il annonce comme «un roman sur Dieu, sur son œuvre, sur les hommes et sur rien.» L'ancien patron du quotidien «Le Figaro» parlera de sa prolifique quête littéraire de «Voyez comme on danse» à «Qu'ai-je donc fait?». aca



Le spectacle «Les coulisses de l'EIT» qui relatait vendredi dernier l'histoire et l'évolution de l'école.

Parcours

De l'office du tourisme à l'école

Véronique Hermanjat a dirigé pendant huit ans Nyon Région Tourisme. En février 2008, elle décide de se mettre à son compte toujours dans cette branche. Elle est contactée par Hanna Rychener, directrice de l'IST de Zurich, pour mettre sur pied l'EIT en Suisse romande. Elle a connu l'évolution de l'école, depuis sa seule classe de cours, jusqu'au déménagement en 2010 dans les nouveaux locaux de l'avenue Benjamin-Constant. aca

Vous avez dirigé Nyon Région Tourisme. Tirez-vous des parallèles avec votre fonction actuelle?

Il y a une proximité immédiate. Nous devons former des personnes efficaces, immédiatement employables, très proches des attentes du milieu professionnel. Nous avons des échanges fréquents, notamment au niveau de leurs besoins. Je garde encore des mandats dans ce secteur à 20%, donc je ne me sens pas éloignée de leurs réalités.

Dans quels secteurs se retrouvent vos étudiants?

On en retrouve comme assistant events ou marketing dans des hôtels. En «incoming» dans des offices de tourisme, des centres de congrès et d'affaires, auprès des CFF. En «outgoing» auprès des tour-opérateurs ou des écoles de langue. Et même dans des musées ou dans le secteur culturel en général.

Vos étudiants sont aussi confrontés à des mandats réels...

Oui, ce qui nous permet de présenter les étudiants à la certification internationale en management de projet IPMA, ce qui est unique en Suisse romande. Tous les travaux pratiques réalisés dans le cadre de la formation les préparent à affronter le marché du travail.

Gestionnaire recherché

L'Ecole Internationale de Tourisme (EIT) est bien implantée en Suisse romande. Véronique Hermanjat se réjouit de la reconnaissance politique des Ecoles supérieures.

ALEXANDRE CALDARA

L'Ecole Internationale de Tourisme (EIT) de Lausanne a organisé un événement vendredi pour fêter ses cinq ans, alors qu'elle existe depuis six ans. Véronique Hermanjat, vous dirigez l'école depuis le début. Expliquez-nous...
Oui il s'agit de cinq années, plus une, cela dépend selon quel rythme l'on compte. Ce qui est important c'est que cet événement a été mis sur pied par nos étudiants gestionnaires de tourisme, comme projet de leur dernier semestre d'étude et que nous n'avions pas encore célébré cet anniversaire en Suisse romande.

Pouvez-vous nous rappeler la genèse du projet?
Le conseil d'administration de l'IST Zurich a décidé de reprendre la formation de gestionnaire en tourisme, après l'abandon de

cette formation par l'école de tourisme de Sierre au profit du Bachelor. Il n'y avait plus d'offre en Suisse romande. Même si la formation fédérale existait, nous avons dû partir de zéro.

Comment qualifier cette formation aujourd'hui?
Cela reste notre offre phare sur trois ans à plein

temps et une année de stage. L'année dernière la moitié de nos étudiants avaient déjà signé un contrat avant l'obtention de leur diplôme. C'est significatif.

Vous dispensez aussi cette formation désormais en cours d'emploi?

Oui depuis septembre 2010, il s'agit d'une grande étape pour nous qui nous permet d'attirer un autre public. Il faut pouvoir consacrer deux soirs par semaine et le samedi matin.

Mais vous peinez plus à remplir les classes de cette formation...

Oui nous n'avons peut-être pas assez bien communiqué auprès des entreprises, à moins que le marché ne soit pas prêt. Les employeurs doivent être d'accord d'aménager des horaires. Il me semble pourtant qu'en termes de succès

pour l'emploi, la valeur ajoutée que nous proposons est importante. Pour des personnes au bénéfice d'un CFC et ayant des manques en gestion ou en administration ou quelqu'un qui

voudrait faire son entrée en tourisme tout en gardant son salaire, cela me semble parfaitement adéquat.

Comment expliquez-vous que les effectifs des Ecoles supérieures régressent au profit des Hautes écoles spécialisées?
C'est toujours le cas, même si la tendance va vers l'équilibre. Nous l'observons avec beaucoup d'étudiants qui effectuent une année de HES avant de venir chez nous. Il y a une volonté

politique de renforcer la formation professionnelle supérieure et d'obtenir une reconnaissance internationale pour les titres des écoles supérieures.

Vous venez d'apprendre une bonne nouvelle à ce sujet...
Oui l'accord intercantonal sur les subventions des écoles supérieures vient de tomber. Un étudiant neuchâtelois par exemple pourra obtenir une réduction sur son écolage.



«L'an dernier, la moitié des étudiants ont signé un contrat avant d'être diplômés.»

Véronique Hermanjat
Directrice de l'EIT

L'hôtellerie aussi représentée

L'EIT est une succursale de l'Internationale Schule für Touristik de Zurich (IST), qui existe depuis 21 ans. Elle gère également une école de commerce Hôtellerie Tourisme qui débouche sur un CFC de la branche HGT, suite à la reprise de la formation en secrétariat hôtelier en Suisse romande que proposait auparavant hotellerieuisse. Véronique Hermanjat pense que les hôteliers, à titre individuel, pourraient davantage promouvoir la formation en école de commer-

ce. «Cette formation offre de réels débouchés dans tous types d'établissements, du trois au cinq étoiles.» L'autre mandat de l'EIT concerne les cours de branche des agents de voyage.

L'EIT compte une petite centaine d'élèves par année et dispose d'une quarantaine de postes pédagogiques. Les formations de l'EIT touchent essentiellement des étudiants suisses et sont dispensées en français, seul 5% de ses élèves viennent de l'étranger. Vendredi dernier, les

étudiants de troisième année ont imaginé une pièce de théâtre en cinq actes, interprétée par des élèves en fin de formation avec la participation de diplômés des premières années. Une table ronde a aussi réuni des professionnels du tourisme en Suisse.

A Sierre, la filière tourisme propose un «Bachelor of Science HES-SO» en tourisme, sur cinq semestres de cours, un semestre de stage, deux semaines de séminaires. Ce diplôme est reconnu au niveau international. aca

ANNONCE



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

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

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

Schwob
textiles of Switzerland

Wir machen Hotels erfolgreicher.

rebagdata
hotelmanagement solutions 044 711 74 10 www.rebag.ch

hotelerlebnis
protel

Der wachsende Car-Tourismus führt in der Schweiz zu verkehrstechnischen Problemen. Während man in den Gemeinden Lösungen diskutiert, liegt das Thema national auf Eis.

GUDRUN SCHLENZKEK



Bei 300 Carbewegungen pro Tag ist die Kapazitätsgrenze auf dem Schwanenplatz in Luzern erreicht. Im 2018 wird's wohl 90 Mal der Fall sein. Eveline Beerkircher/Neue Luzerner Zeitung

Infrastruktur für Cars fehlt

Geführt ist die Bedeutung des Car-tourismus gross. Konkrete Zahlen gibt es nur vereinzelt. Doch diese deuten alle auf weiteres Wachstum hin: So ist allein die Zahl der in der Schweiz immatrikulierten privaten Reisebusse zwischen 2002 und 2012 um ein Drittel in die Höhe geschritten. Parallel dazu die Menge der Passagiere (siehe Tabelle). In Luzern ist die Zahl der auf dem Schwanenplatz kursierenden Busse privater und öffentlicher Unternehmen in den letzten fünf Jahren um 7,3 Prozent gestiegen. Wenn Interlakens Hotels voll besetzt sind, seien 60 bis 70 Prozent Gruppengäste, schätzt Erich Reuteler, Präsident Interlaken Tourismus. Im Durchschnitt logierten täglich die Fahrgäste von sechs bis acht Cars in seinem City Hotel Oberland in Interlaken, was eine Grundauslastung von 50 Prozent der Betten garantiert. In Basel spricht Christoph Bosshardt, Marketingleiter Basel Tourismus, ebenfalls von einer zunehmenden Bedeutung des Car-tourismus: «Die Branche ist am Wachsen.»

Auch im Oberengadin erwartet die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz im Zuge des Anstiegs asiatischer Gäste, die von den Flughäfen Zürich und Mailand anreisen, einen Anstieg der Reisebusse.

Genau für diesen boomenden asiatischen Incoming-Markt fehlen aber die Zahlen betreffend den Car-tourismus. Eine Schätzung für jene mit Schweizer Gästen wagt Widar von Arx, Leiter des Competence Center Mobilität an der Hochschule Luzern: Nicht ganz zwei Millionen Übernachtungen könnten so im Jahr generiert werden – von Arx beruft sich dabei auf Zahlen des Bundesamtes für Statistik.

Tourismusstorte nehmen sich des Verkehrsproblems durch Cars an

Die positive Entwicklung des Car-tourismus hat aber auch ihre Schattenseiten: Es fehlt an der Infrastruktur – vorderhand in den Städten. An nicht wenigen touristischen Orten führen die zahlreichen Cars inzwischen zu Verkehrschaos oder verärgerten Anwohnern. Schlagzeilen machte diesbezüglich allen voran Luzern in den letzten Wochen. 1700 öffentliche und private Busse zählt die Stadt am Schwanenplatz aktuell pro Tag. «Wir sind am Limit angelangt», konstatiert Adelbert Büttler. Der Schwanenplatz als Eingangstor zur Altstadt ist der einzige Caransteigplatz, den die Stadt zu bieten hat. Dieses Jahr wird das tägliche Kapazitätslimit von 300 Carbewegungen an 13 Tagen voraussichtlich überschritten, in vier Jahren soll das schon an 90 Tagen der Fall sein, zeigt eine von Luzern Tourismus initi-



«Eine Haltestellen-Infrastruktur zu bieten, halte ich für eine öffentliche Aufgabe.»

Widar von Arx
Hochschule Luzern

ierte Studie. «Wir brauchen dringend eine Lösung», fordert Büttler. 19 Varianten stehen zur Diskussion. Eine Arbeitsgruppe mit Vertretern der Stadt und des Tourismus wird entsprechende Vorschläge unterbreiten. Büttler fordert eine rasche Lösung, auch aufgrund der Abhängigkeit der Stadt von den Car-touristen: «Wir sind nicht Venedig. Luzern ist austauschbar.» Deshalb freut sich Büttler, dass die Stadt ein Benutzen der Busspuren durch Cars diskutiert. Gewisse Busspuren sollen für den Carverkehr geöffnet werden, bestätigt Roland Koch vom Tiefbauamt Stadt Luzern. Es ginge aber nur um klar bezeichnete Busspuren, nicht um alle.

Die Busfreundlichkeit will auch Basel erhöhen. Ein entsprechender Vorstoss wurde eingereicht. Im Moment bestehe aufgrund der Erweiterung des Kunstmuseums für das Parkieren der Busse ein akuter Engpass, erzählt Bosshardt. Aufgrund des steigenden Bedarfs an Busparkplätzen wäre aber auch eine langfristige Lösung sinnvoll. Er sieht die öffentliche Hand in der Pflicht, Lösungen zu entwickeln und wünscht sich ein möglichst zentral gelegenes Busterminal. «Wir bewerben in Deutschland den Busmarkt aktiv. Dafür braucht's auch ein entsprechendes Angebot.»

Den Carverkehr in Interlaken bezeichnet Erich Reuteler als «verkehrstechnische Herausforderung». Die neue Verkehrsführung im Zentrum, in dem private Cars nun nicht mehr zirkulieren dürfen, habe die Lage verschärft. Reuteler bemängelt die sinkende Toleranz gegenüber dem Carrei-

senden. Mehrmals pro Stunde versperren in Interlaken Zugschranken den Weg, und «parkiert ein Bus rückwärts ein, nervt sich der Bürger». Dabei sei der asiatische Gruppengast nicht nur für den Tourismus essenziell: Über die Kurtaxe werde auch der öffentliche Bus mitfinanziert. Verstärkt werde die Problematik aber auch durch die inzwischen mehrheitlich aus dem osteuropäischen Raum stammenden Cars, die für die asiatischen Tour-Operatoren dann hierzulande im Dienst stehen. «Die Busfahrer aus diesen Ländern haben keine Kenntnis von der hiesigen Situation.» Reuteler fordert, dass «man das Problem von der Infrastruktur her anpackt».

National blitzen politische Anträge für bessere Car-Konditionen ab

In St. Moritz ist die Lösung schon konkreter: Es wird ein Umschlagplatz für Reisebusse auf der Südseite des Bahnhofes entstehen. Dieses Projekt wird bis zur Alpen FIS Ski-WM 2017 durch die Rhätische Bahn und die Gemeinde St. Moritz realisiert. Die öffentlichen Busse werden weiterhin auf der Nordseite (Dorfseite) des Bahnhofes ihre Haltestelle haben, was zu einer Entschlackung im Verkehrsaufkommen führe, so Angela Ruppel von der Tourismusorganisation. Aktuell befindet sich das Projekt in der Ausarbeitung. Auf nationaler Ebene scheint der Wille dagegen bisher zu fehlen. Politische Vorstösse wurden bis anhin abgelehnt: die Motion von Nationalrat Christophe Darbellay zur Entlastung der Cars von der Treibstoffabgabe eben erst im Juni, die Forderung nach einem



«Der Carverkehr in Interlaken ist eine verkehrstechnische Herausforderung.»

Erich Reuteler
Interlaken Tourismus

nationalen Terminalkonzept im letzten Herbst. Stefan Huwyler, Bereichsleiter Personentransport beim Schweizerischen Nutzfahrzeugverband Astag, fehlt ein solches besonders: «In der Schweiz gibt es weder Warteplätze noch Anzeigentafeln. Die Infrastruktur im Bereich Busterminals ist in der Schweiz stark aus-

baufähig.» Widar von Arx ergänzt: «Ich halte es für eine öffentliche Aufgabe, eine Haltestellen-Infrastruktur zu bieten, damit auch Busreisende auf die Toilette gehen können und nicht im Regen warten müssen.» Auch das von der Astag im Auftrag einer verbandsübergreifenden Trägerschaft betriebene neue Car-Terminal Bern-Neufeld sei mit der rudimentären

Infrastruktur und der zweimal pro Woche geöffneten Terminal-Beiz ein Provisorium, meint Huwyler. Noch hängig ist die Motion von Nationalrat Lorenz Hess zur Mitbenützung der Busspur durch ReiseCars. Die Astag will den Reisebus als echte Alternative und auch Ergänzung zum öffentlichen Verkehr positionieren. Mobilitätsspezialist von Arx schätzt die Konkurrenz-Gefahr aufgrund des guten Schweizer Bahnnetzes und der hohen Abverfügbarkeit denn auch «als nicht so gross» ein. Frédéric Füsslenich, Direktor Engberg-Titlis Tourismus, wünscht sich sogar, dass asiatische Car-Reisende vermehrt den Zug als Anreisemittel wählen. «Es wäre schön, die Reisenden vom Car auf die Schiene zu holen.» Die Zentralbahn registriert bereits eine starke Zunahme bei den Verträgen mit chinesischen Tour-Operatoren, die indischen Gäste kämen zunehmend individuell mit dem Zug, weiss Marketingleiter Peter Bircher. Der Schweizer Schienenverkehr bleibt also auch bei wachsendem Car-Tourismus attraktiv.

Fakten Immer mehr private ReiseCars in der Schweiz

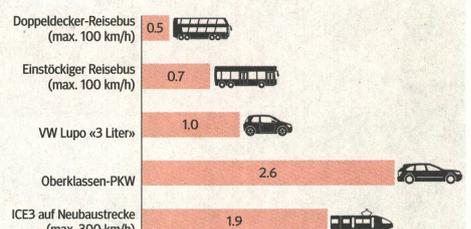
Jahr	Fahrzeuge* in Mio.	Personen in Mio.
2002	2060	23
2003	2111	24
2004	2163	24
2005	2340	26
2006	2617	29
2007	2651	30
2008	2623	28
2009	2665	29
2010	2616	29
2011	2698	30
2012	2748	31

Der mittlere Besetzungsgrad beträgt 21,12 Personen/Car.

*In der Schweiz immatrikulierte private ReiseCars. Quelle: BLS

Ökologisch ist der Car konkurrenzlos

In Liter Benzin pro Person und 100 Luftlinienkilometer bei voller Besetzung



Mit Berücksichtigung von Verlusten bei Transport und Umwandlung der Energie, ohne Energiebedarf zur Gewinnung der Energieträger, ohne Energiebedarf für den Bau von Infrastruktur und Fahrzeugen.

Quelle: WBO Pöhlgen



Wer mit Eurobus einen Event ansteuert, dem ist ein Rundumerlebnis garantiert. So will sich das Unternehmen von Zug und PKW als Anreisemittel abheben.

Punkto Image zugelegt

Dem Fernbus-Boom in Deutschland sieht Andreas Meier von Eurobus gelassen zu. Das Schweizer Busgeschäft stehe auf einem hohen Level. Wachstum erwartet er bei Themenreisen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Andreas Meier, an Ihrem Hauptstandort in Windisch haben Sie Ende März ein neues Reisezentrum mit Busterminal eröffnet. Sie setzen klar auf Wachstum?

Ja, wir hoffen, dass der positive Trend anhält und das Wachstum weitergeht. Bei uns steht das Gesamterlebnis im Vordergrund, deshalb auch das Reisezentrum. Wir verstehen uns als Reiseveranstalter mit eigener Busflotte.

In Deutschland steigen viele von PKW und Zug auf den Fernbus um. Erlebt der Reisebus eine Renaissance?
In der Schweiz wird der Car vor allem für Reisen ins Ausland genutzt. Wachstum verzeichnen wir eher international und vor allem mit der Zielgruppe 50plus.

Sind Busfahrten innerhalb der Schweiz kein Thema?
Doch. Unser zweites Standbein sind Firmen- und Vereinsfahrten, wobei Letztere eher rückläufig sind. Wachstum orte ich insbesondere bei Eventfahrten, wie zum Ballenberg-Theater. In der Schweiz sind PKW und Railway unsere grosse Konkurrenz. Von diesen können wir uns nur mit Mehrwert abheben: Bei der Ballenberg-Theaterfahrt ist der Eintritt ins Museum und das Dinner inklusive, auf der Heimfahrt gibt es Nusspfiffel und Kaffee... Diese Extras machen die Carfahrt zum Rundumerlebnis.

Wie steht es ums Incoming?
Aktuell sind wir im Incoming

nicht tätig. Das Feld der asiatischen Gruppen-gäste überlassen wir den ausländischen Mitbewerbern, die heute vornehmlich aus den osteuropäischen Ländern stammen. Bei den seitens der Tour-Operators diktierten Tarifen können wir als Schweizer Unternehmen nicht mithalten.

Wo sehen Sie Potenzial für hiesige Carreiseveranstalter?
Insbesondere bei Themenreisen – die Destination alleine zieht nicht mehr. Das gilt auch für die Vereinsreise: Die Zweitagesreise ins Appenzell gehört mit viel Erlebnis angereichert.

Wie haben sich der Fall des Bahn-Monopols in Deutschland



«Von der Politik müssen wir als kollektiver Personenverkehr anerkannt werden.»

Andreas Meier
Geschäftsführer Eurobus-Gruppe

unseren Cars nicht nur den Transport, sondern ein ganzes Reiseprogramm anbieten. Reiseverbindungen unabhängig von einer Pauschalreise führen wir nur sehr selektiv. Wie nach Meran, hier geniessen wir eine offizielle Konzession des Bundesamtes für Verkehr, oder nach Elba. Das sind Strecken, die via den öffentlichen Verkehr nur schwer erreichbar sind.

und die expandierenden Fernbus-Unternehmen auf Ihr Geschäft ausgewirkt?

Wir beobachten diese Entwicklung natürlich genau. Eine Konkurrenz seitens dieser Unternehmen spüren wir aber noch nicht. Denn die deutschen Fernbusse sind auf Linienverkehr spezialisiert, während wir mit

Schauen Sie neidisch auf die gelockerten Bedingungen für Reisebusse in Deutschland?

Dafür haben wir viele andere Vorteile. Das Busgeschäft ist in der Schweiz auf einem vergleichsweise hohen Level: punkto Grösse, punkto Niveau. Das Image des Verkehrsmittels Reiseocar hat sich in der Schweiz deutlich gebessert. Wir haben viele Kunden, die viel geflogen sind und es geniessen, ohne Flughafenekstik ganz unkompliziert ans Reiseziel zu kommen. Verbunden mit entsprechendem Komfort, den wir mit unserem Drei-Klassen-System bieten. In Deutschland dagegen leidet der Bus noch immer an einem verstaubten Billig-Image.

Was erwarten Sie als Car-Reiseanbieter vom Hotel?

Wir erwarten, dass der Gruppengast genauso behandelt wird wie der Individualgast. Im Ausland kämpfen wir vor allem mit dem Verpflegungsstandard, unsere Schweizer Gäste sind sehr anspruchsvoll. Zudem brauchen wir Hotels, bei denen

die Zimmer alle gleich sind, damit es unter den Gästen nicht zu Diskussionen kommt.

In Luzern wird derzeit heiss über ein neues Busterminal diskutiert. Wie beurteilen Sie die Lage?

In fast jeder Stadt besteht hierzulande Nachholbedarf. Die Einstiegsorte müssen nicht im Zentrum sein, aber eine Top-Anbindung an den öffentlichen Verkehr bieten. Und vor allem eine gute Infrastruktur vorweisen: Warteraum, saubere Toilette, Infotafeln. Schliesslich sind Busterminals eine Visitenkarte für Schweizer Städte – im Ausland gibt es leuchtende Beispiele, wie in Hamburg.

Schweizer Städten fehlen die Busterminals, das Befahren der Busspuren wie in anderen Ländern ist untersagt. Fühlen Sie sich als Caranbieter ungerecht behandelt?

Wir müssen von der Politik als kollektiver Personenverkehr anerkannt werden. Das ist gegenwärtig nicht der Fall. Heute müssen wir für jeden Liter Treibstoff gleich viel Mineralölsteuer zahlen wie ein Personwagen – obwohl wir ökologisch gesehen eine reine Weste haben. Selbst Pistenfahrzeuge wurden von der Steuer befreit. Airlines begleichen ebenfalls keine Mineralölsteuer. Eurobus zahlt über 1 Million Franken Mineralölsteuer pro Jahr.

Wieso dieses politische Schattendasein?

Da muss sich die Branche selbst an der Nase nehmen, wir haben hier zu lange passiv zugeschaut. Mit Nationalrat Christophe Darbellay als Präsident von Car Tourisme Suisse bewegt sich die Branche jetzt in die richtige Richtung. Bis wir auf dem politischen Parkett – jedoch spürbar wahrgenommen werden, braucht es noch Zeit.

Carmarkt Schweiz Grösstes Busunternehmen ist Eurobus

Eurobus ist das grösste private Personentransportunternehmen der Schweiz. Die Eurobus Gruppe ist Mitglied der Knecht Holding und führt auch Flussreisen im Programm. Andreas Meier fungiert seit 1988 als Geschäftsführer der Eurobus Gruppe. Eurobus verfügt über 240 Personentransportfahrzeuge und erzielte 2013 einen Umsatz von 111 Mio. Franken. Über 500 Carunternehmen zählt die Schweiz, 90% sind Kleinunternehmen mit 1 bis 3 Bussen, 9% zählen 4 bis 15 Busse, nur 1% mehr als 20.

ANZEIGE

WIR INVESTIEREN IN KMUS

RECEPTION

MEINE CHANCE WIR Bank

LIBOR-Investitionskredit WIR ab 0,272%

Genossenschaftlich güt
0848 947 947, www.wirbank.ch

Die neue deutsche Car-Welle

Das Geschäft mit deutschen Cargruppen dürfte harzig bleiben. Hingegen wächst ein anderes Segment: Immer mehr Deutsche reisen auf Fernbus-Linien in die Schweiz.

ALEX GERTSCHEN

Die preisbewusste Cargruppe aus Deutschland schürt in der Schweiz bis auf Weiteres keine Wachstumsfantasien. Zu gross und dauerhaft erscheint der in der Währungsfrage entstandene Preisnachteil gegenüber der Konkurrenz (vgl. Zweittext). Ein anderes Segment des deutschen Cartourismus hingegen gewinnt rasant an Bedeutung. Die Anfang 2013 in Kraft getretene Liberalisierung des Fernbus-Linienverkehrs hat eine ungeahnte Dynamik entfacht. Bisher profitiert vorab Zürich davon, doch dürften bald weitere Schweizer Städte komfortable und günstige Busanschlüsse nach Deutschland erhalten.



«Wegen der Nachfrage nach Zürich-Reisen haben wir das Angebot schon ausgebaut.»

Florian Rabe
Sprecher MeinFernbus

Zürich: Destination der ersten Stunde

Zürich nimmt in diesem Boom eine prominente Rolle ein. MeinFernbus, laut Iges mit einem Fahrtenanteil von 38 Prozent der grösste Anbieter, nahm bereits im April 2012, noch vor der Liberalisierung, mit einer Ausnahmebewilligung die Linie München-Zürich in Betrieb. «Dies war unsere zweite Linie überhaupt», sagt Sprecher Florian Rabe. Er zeigt sich mit der Nachfrage nach der Destination Zürich zufrieden. Aus diesem Grund habe man das Angebot mit Takt-erhöhungen und neuen Linien ausgebaut. «Konkrete Zahlen wollen wir aus Konkurrenzgründen nicht nennen», sagt Rabe.

Ähnlich klingt es bei FlixBus, laut Iges mit einem Verkehrsleis-

tungsanteil von 18 Prozent die Nummer 2. Das Unternehmen hatte laut Sprecherin Bettina Engert die Linie München-Zürich (über den Flughafen Memmingen und St. Gallen) von Anfang an im Angebot. «Seither haben sich die Buchungszahlen insgesamt verdreifacht», lässt sie wissen. Was dies in absoluten Zahlen bedeutet, will Engert nicht verraten.

Das Interesse der Konkurrenz deutet jedenfalls auf eine rege Nachfrage hin. Auch die Deutsche Bahn und die SBB betreiben seit Dezember gemeinsam eine Linie zwischen München und Zürich. ADAC-Postauto wird Zürich ab Mitte August von Berlin aus via Frankfurt am Main anfahren.

«Zürich wird zum Teil als teure Stadt wahrgenommen. Die Fernbus-Angebote machen für Reisende mit schmalen Budget, etwa Jugendliche und Studierende, eine Reise nach Zürich erst möglich», sagt Milena Brasi, die Medienverantwortliche von Zürich Tourismus. Dass so im wichtigsten Quellmarkt neue Zielgruppen erschlossen würden, sei «sehr interessant».

Die nächste Schweizer Stadt im Liniennetz der deutschen Fernbus-Anbieter wird Basel sein. FlixBus möchte laut Bettina Engert in den nächsten Wochen eine Linie in Betrieb nehmen. Die Linienführung werde erst nach dem Erhalt der Konzession kommuniziert werden. Florian Rabe lässt durchblicken, dass auch MeinFernbus zurzeit eine Aufnahme Basels ins Streckenangebot prüft. Auf weitere mögliche Ziele angesprochen, sagt er: «Vor anderthalb Jahren hatten wir 30 Busse und 25 Mitarbeiter in der Zentrale in Berlin. Heute haben wir 260 Busse und rund 230 Mitarbeiter. Bei diesem Tempo ist schwer abzuschätzen, was noch kommen wird! Aber grundsätzlich wird der Markt noch eine Welle wachsen.»

Insbesondere Universitätsstädte als attraktive Destinationen

Zurzeit findet dieses Wachstum wohl primär in einem Gebiet statt, von wo die Fahrt in die Schweiz bis zu fünf Stunden dauert. Darauf deutet Rabes Hinweis hin, dass die Nachfrage nach Zürich-Reisen in Norddeutschland «überschaubar», in Frankfurt am Main, Baden-Württemberg oder München hingegen bemerkenswert gut sei. Auf grösseren Distanzen scheint der Tempovorteil der teureren Bahn- und Flugverbindungen schwerer zu wiegen.

Bettina Engert ist aber überzeugt, dass die Schweiz mit der geplanten Einführung von Nachtfahrten auch für Reisende aus Norddeutschland an Attraktivität gewinnen wird. Dafür spricht, dass die Kundenschaft sehr jung ist (vgl. Tabelle links) und die Strapazen einer langen Reise eher auf sich nimmt. Wie wichtig gerade Studenten sind, zeigt Engerts



Rascher Ausbau der Fernbus-Verbindungen zwischen der Schweiz und Deutschland: Mitte August nimmt ADAC Postbus die Linie Berlin-Zürich in Betrieb, und bald dürfte auch Basel ins Streckennetz der deutschen Anbieter aufgenommen werden.

Karte Sarah Hinni

Wieso und von wem die Fernbus-Linien genutzt werden

Reisemotive	
Privater Besuch (Freunde, Verwandte)	63%
Tourismus (Städterreise, Ausflug)	20%
Ausbildung (Fahrt zum Studien-, Ausbildungsort)	6%
Geschäftsreise	6%
Sonstige Freizeit (Konzert, Shopping usw.)	3%
Pendeln zum Arbeitsort	2%
Bisherige Verkehrsmittel	
Fern- und Nahverkehrszüge	44%
Auto (Mitfahrgelegenheit)	23%
Auto (eigenes)	15%
Keines (zuvor nicht gereist)	10%
Flugzeug	4%
Anderer Fernbus	3%
Sonstiges	1%

Jeweilige Quelle: IGES-Institut, Stand April

Alter der Reisenden	
Unter 18 Jahre	2%
18-25 Jahre	34%
26-34 Jahre	25%
35-49 Jahre	16%
50-64 Jahre	16%
Über 65 Jahre	6%

Quelle: MeinFernbus

«Nachtfahrten in die Schweiz werden die Nachfrage in Norddeutschland steigern.»

Bettina Engert
Sprecherin FlixBus

Aussage, dass auch Bern und generell Universitätsstädte für FlixBus interessant seien.

Laut der Kieler Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen reisen 11,3 Prozent der deutschen Gäste in der Schweiz mit dem Bus an. Es ist gut möglich, dass dieser Anteil steigen wird – nicht wegen Gruppen, die eine Pauschalreise in die Berge buchen, sondern dank Individualgästen, die mit dem Linien-Fernbus eine Stadt besuchen.

Noch ist diese Entwicklung recht einseitig: In der Schweiz, wo der Fernbus-Linienverkehr ohnehin nicht liberalisiert ist, sind Fernbus-Reisen nach Deutschland weitaus weniger gefragt.

Gruppen bleiben umkämpft

Obwohl es schwache Erholungsanzeichen gibt, bleiben deutsche Cargruppen für die hiesige Hotellerie ein karges Geschäft. «Seit der Euro gegenüber dem Franken abgesackt ist, haben viele Anbieter die Schweiz ganz oder mehrheitlich aus dem Angebot gestrichelt», sagt Beat Hess, der Geschäftsführer der Sunstar-Gruppe. Wer weiterhin mit den Veranstaltern geschäften wolle, sei einem äusserst harten Preis- und Verdrängungswettbewerb ausgesetzt.

Die Sunstar-Hotels haben in der letzten Sommersaison gut 10 Prozent ihrer 150.000 Übernachtungen mit Cartouristen gemacht. «Zu mindestens 80

zent kamen diese Gruppen aus Deutschland», sagt Hess.

Dass die Sunstar-Hotels nach wie vor in diesem umkämpften Segment tätig seien, habe mit der schieren Menge an potenziellen Gästen zu tun und damit, dass gerade in Graubünden der Druck zur Füllung leerer Betten gross sei. «Im Berner Oberland und im Wallis ist die Situation besser.»

Als Beispiel dafür kann das Seehotel Böningen am Brienzersee dienen. Laut der Gastgeberin Sandra Budd profitiert es von der wachsenden Anzahl chinesischer und indischer Cartouristen. «Den deutschen Markt bearbeiten wir seit zwei Jahren nicht mehr sehr aktiv», sagt sie. Mit Erstaunen hat Budd deshalb

bemerk, dass sich jüngst die Anfragen aus Deutschland gehäuft haben und normale Gruppenpreise akzeptiert worden sind. «Aber nach wie vor sind die Deutschen sehr preissensitiv», bestätigt sie Beat Hess' Eindruck.

Eine leichte Nachfragesteigerung stellt auch Ulf Kasten fest, der Direktor des Hotels Visperhof. «An den Wochenenden sind Cartouristen eine interessante Alternative. Als Businesshotel nehmen wir nur dann Gruppen». Er erklärt, für dieses Geschäft sei Deutschland der «mit Abstand wichtigste Markt». Da es sich zu meist um «finanziell gut stehende Pensionäre» handle, hält sich laut Kasten auch der Preisdruck in Grenzen. **axg**

Transparent & glaubwürdig! htr – Ihr Werbepartner.

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotel revue

Bauen ohne Hindernisse

Raum für Bewegung, überdachter Aussenbereich und weiterhin die Küche vor Ort: Wie grosse Pflegeheimgruppen neue Häuser planen.

GUDRUN SCHLENCEK

Die grössten Schweizer Anbieter von Pflegeheimen sind auf Wachstumskurs: Seniocare plant in den nächsten zweieinhalb Jahren fünf Neubauten, Domicil hat bereits dieses Jahr zwei neue Häuser dazugewonnen, Solviva AG. Das Unternehmen plant diverse Erweiterungsbauten in den nächsten Jahren und für 2017 das neue Sunneguet Zentrum mit 66 Pflegeheimplätzen und 40 Wohnungen mit Service. Senevita eröffnete vor zwei Wochen ihr bis anhin grösstes Pflegeheim, den «Lindenbaum» in Spreitenbach mit 140 Pflegebetten, ein paar Wochen vorher den «Obstgarten» in Affoltern am Albis mit 120 Pflegebetten und 50 Servicewohnungen. Bis Ende Jahr kommt noch ein Betrieb in Basel hinzu. Und für die nächsten zwei Jahre stehen vier weitere Eröffnungen schon auf der Traktandenliste.

Werner Müller, Leiter Unternehmensentwicklung bei Senevita, weiss, worauf es bei einem Neubau ankommt: Es brauche Rückzugsmöglichkeiten (Einzelzimmer), einen Ort der Gemeinschaft pro Pflegewohngruppe mit Ess- und Wohncke und den alles verbindenden allgemeinen Aufenthaltsbereich. «In diesem muss der Bewohner endlos zirkulieren können», betont Müller. Will heissen: Der Betagte kann sich vorwärtsbewegen, ohne je an eine Grenze zu stossen. «Verschlossene Türen machen Demente ag-



Das neue Senevita-Haus in Spreitenbach bietet auf jeder Etage im Aussen- und Innenbereich miteinander verbundene Rundgänge.



«Eine offene Durchmischung von Krankheitsbildern verzeichnet gute Erfolge.»

Beat Ammann
CEO Seniocare

gressiv.» Die Zirkulationsmöglichkeiten betont auch Thomas Fedrizzi, Solviva AG. Die Zimmer sollten vom Eingang her gesehen breit, nicht tief sein: «Das ergibt etwas längere Gebäudemasse.»

Bei Senevita hält man nicht viel von Demenzgärten

Im oval gebauten «Lindenbaum» bietet jede Etage einen überdachten, zum Teil zweigeschossigen Aussenbereich. Von Demenzgärten dagegen hält Müller nicht viel: «Die sind zwar schön, reichen aber nicht. Was macht der Betroffene in der kalten, nassen Jahreszeit?» Im jüngsten Haus der Gruppe hat man zudem auf eine zentrale Lage der Mitarbeiteräume geachtet – damit die Wege zum Bewohner möglichst kurz sind. Esther Flückiger, Direktorin Marketing bei Domicil, unterstreicht wiederum

die Bedeutung von Rückzugsmöglichkeiten für Mitarbeitende.

Die Heimbetreiber wollen auch künftig in der Regel vor Ort kochen: Seniocare plant an allen neuen Standorten die Küche offen zum Esssaal hin, um so eine Kommunikation zwischen Köchen und Gästen zu ermöglichen. Nur wer nicht mehr im Restaurant essen kann, wird via Wärmewagen

in der Wohngruppe bedient. Senevita setzt auf familienähnliche Strukturen: Das Essen wird in den Wohngruppen als Buffet angeordnet: Die Bewohner können sich – wie im Restaurant – selber bedienen oder bedienen lassen. Bei Solviva hat beides einen Stellenwert: Teils isst der Bewohner im Restaurant (Tellerservice), teils auf der Station im Aufenthaltsbe-

reich. Eine kalte Anlieferung von der eigenen externen Küche mit Regeneration auf der Wohngruppe könne bei einem reinen Pflegeheim sinnvoll sein, so Esther Flückiger. «Die Wünsche der Bewohner sind vertraut, die Anzahl Mahlzeiten stabil.»

Demenz: Solviva will Spezialheime, Seniocare Durchmischung

Ob Demenzabteilung oder eine rein auf Demenz spezialisierte Institution, darüber gehen die Meinungen auseinander: «Ein einzelnes Demenzhaus macht nur Sinn, wenn es in Wohngruppen unterteilt wird», so Beat Ammann, CEO Seniocare. «In der Regel zeitigt eine offene Durchmischung von Krankheitsbildern gute Erfolge.» Solviva setzt auf mindestens eine Station für (leichte) Demenz pro Haus, meist im Parterre. Mittlere bis schwere Demenz-Fälle könne man aus betrieblichen und personellen Gründen nicht zufriedenstellend im «normalen» Heim bedienen, schätzt Thomas Fedrizzi. Solche Fälle würden im Cluster-Konzept aus mehreren Heimen im Umfeld von 30 Kilometern zusammengenommen. Domicil betreut solche Fälle in eigens dafür eingerichteten Häusern mit geeigneten Aussenanlagen.

Während Domicil und Senevita auch reine Pflegeinstitutionen führen, ist für Solviva und Seniocare eine Ergänzung mit Servicewohnungen ein Muss. Solviva baut zudem so, dass aus den Pflegeeinheiten jederzeit Kleinwohnungen entstehen können.

ANZEIGE

Herzliche Gratulation!

Unsere Lernenden haben die Lehrabschlussprüfung erfolgreich bestanden.



Ursula Tröhler, Céline Verbay und Lara Lauper (v. l.) haben ihre Ausbildung zur Kauffrau M-Profil abgeschlossen.

Wir danken den frischgebackenen Kaufleuten für ihr Engagement und wünschen ihnen für die Zukunft alles Gute.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

So planen Pflegeheimbetreiber neue Häuser

Gruppe	Ideale Grösse des Pflegeheims in Anzahl Pflegebetten	Grösse einer Pflegewohngruppe: Anzahl Bewohner	Grösse Einzelzimmer inkl. Nasszelle	Quadratmeter Gemeinschaftsraum pro Bewohner
Seniocare AG	Stadt: 90 Betten plus 30 Whg. mit Service; Land: 60 plus 20	15 Bewohner; bei Demenz- Erkrankten 12	25 m ² ; Doppelzimmer: 35 m ²	4 m ²
Domicil AG	Ab 50 Betten wirtschaftlicher	12 Bewohner	Gemäss GEF*	Gemäss GEF*
Senevita AG	ab 30 B. wirtsch.	10 bis 12 Bewohner	24 m ²	6 m ²
Solviva AG	mind. 60 Betten***; Land: auch unter 50; suburban: auch bis 40	10 bis 12 Bewohner	16 bis 20 m ² plus Nasszelle**; Neubau: bis 24 m ²	Gemäss kantonalen Vorgaben

* GEF = Gesundheits- und Fürsorgedirektion des Kantons Bern; ** kantonale Vorgaben; *** immer zus. mit betreutem Wohnen: Verhältnis Pflege zu Whg.: 80 zu 20 bis 50 zu 50

Quelle: htr hotel revue

Impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur
hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

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

Resortleitung:
aktuell: Daniel Stampfli/dst
châlier français: Alexandre Caldara/aca

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

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

Grafik und Produktion: Carla Barron-Secchi/cbs; Roland Gerber/rg; Sarah Hinni/shi (Praktikantin); Daniel Steim/dste
Korrektur: Paul Le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak

htr Online

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

Verlag

Leitung: Barbara Köhig,
Assistent: Alain Häni.
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Arbresha Veljiu/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: 1424-0440

Kontakte

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

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

Die Expertin weiss Rat

Haftung bei Arbeitsunfällen



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

Frage: Arbeitsunfälle in der Küche, auf der Etage oder in der Instandhaltung können in jedem Hotel passieren. Wie sieht es bei solchen Unfällen mit der persönlichen Haftung aus? Kann im dümmsten Fall sogar ich als Arbeitgeber haftbar gemacht werden?

Antwort: Im Gesetz wird die Rolle des Sicherheitsbeauftragten (SIBE) nicht ausdrücklich erwähnt. Rechte und Pflichten der sicherheitsbeauftragten Person werden jedoch allgemein aus jenen für die Arbeitgeber bzw. Arbeitnehmer abgeleitet. Die konkreten Aufgaben des SIBE hängen im Wesentlichen davon ab, welche Rechte und Pflichten ihm der Arbeitgeber in der Betriebsorganisation überträgt. Vom Arbeitgeber wird insbesondere gefordert, dass

- er klare Weisungen und Kompetenzen erteilt,
- er für eine zweckmässige Ausbildung des SIBE verantwortlich zeichnet und
- der SIBE sein Wissen in Arbeitssicherheit auf dem aktuellsten Stand halten kann.

Diese Anordnungen des Arbeitgebers werden für die beauftragte Person verbindlich. Die Gesamtverantwortung bleibt beim Arbeitgeber. Die Delegation der Aufgaben entbindet den Arbeitgeber nicht, seine Verpflichtungen in der Arbeitssicherheit und im Gesundheitsschutz wahrzunehmen. Er kann sich in zivil- und strafrechtlicher Hinsicht jedoch vom Vorwurf einer Pflichtverletzung entlasten oder gar befreien, wenn er nachweisen kann, dass er den eingesetzten Arbeitnehmer sorgfältig ausgewählt, in zweckmässiger Weise ausgebildet, instruiert und in zumutbarer Weise überwacht hat.



Der Arbeitgeber muss auch für sichere Arbeitsumstandlichkeiten besorgt sein.

Sanktionen bei Pflichtverletzung: Die Unfallversicherungen, die Seco bzw. die kantonalen Arbeitsinspektorate verpflichten sich, die Einhaltung der Vorschriften über die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz in den Betrieben zu überprüfen und durchzusetzen. Jedoch können diese Durchführungsorgane gegen Arbeitnehmer, welche sich sicherheitswidrig verhalten, nur in Ausnahmefällen Zwangsmassnahmen ergreifen. Solche Zwangsmassnahmen - meist arbeitsver-

traglicher Art - müssen vom Arbeitgeber ausgehen. Auf dem Gebiet der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes gilt es ebenfalls, die Strafbestimmungen des Unfallversicherungs- beziehungsweise des Arbeitsgesetzes zu beachten. Die jeweiligen Tatbestände sind jedoch erst erfüllt, wenn die genannten Personen ihren Pflichten nicht oder nicht genügend nachgekommen sind.

Verpflegungszug

Frage: Mein Portier wohnt in unmittelbarer Nahе des Hotels und verpflegt sich deshalb daheim bei seiner Familie. Im L-GAV haben wir gelesen, dass die Steuerverwaltung Mindestansatze für die Verpflegung vorschreibt. Muss ich nun meinem Mitarbeiter ebenfalls diesen Abzug machen, auch wenn er nie bei uns in der Kantine isst?

Antwort: Die im Merkblatt der Steuerverwaltung erwähnten Ansätze für Kost und Logis (Morgenessen CHF 3.50, Mittagessen CHF 10.00, Nachtessen CHF 8.00) sind tatsächlich Mindestansatze. Nimmt also ein Mitarbeiter eine Mahlzeit ein, so muss diese mindestens mit dem Ansatz der Steuerverwaltung berechnet werden. Zulässig sind auch Pauschalen, welche ebenfalls anhand der aktuellen Ansätze berechnet werden. Wer im Betrieb keine vollwertige Verpflegung zu sich nimmt, muss natürlich auch keine Mahlzeiten bezahlen. Der Verpflegungszug von Fr. 645.00 ist nur von Mitarbeitern, welche die vollen Mahlzeiten an 30 Tagen, also auch an ihren Ruhetagen, einnehmen, geschuldet. Gemäss L-GAV Art. 29 sind nur die effektiv eingenommenen Mahlzeiten zu

verrechnen, dies gilt auch für die Ermittlung von Pauschalabzugen, die sich ebenfalls an diesem Grundsatz orientieren.

Verwirkung des Ferienanspruchs

Frage: In den Arbeitsverträgen meiner Mitarbeiter steht unter anderem Folgendes geschrieben: Vom Vorjahr dürfen nur maximal 7 Ferientage auf das nächste Jahr übertragen werden. Darüber hinausgehende Ferientage verfallen. Eine meiner Mitarbeiterinnen fordert nun nach erfolgter Kündigung die Zahlung von 13 nicht bezogenen Ferientagen.

Antwort: Das Gesetz ordnet an, dass die Ferien in der Regel im Verlauf des betreffenden Dienstjahres gewährt werden sollen, die Feriengewahrung im nachfolgenden Dienstjahr bilde grundsätzlich nur eine Ausnahme. Daraus ist abzuleiten, dass der Ferienanspruch nicht verloren geht, wenn die Tage nicht im entsprechenden Dienstjahr bezogen werden konnten. Die Verjährungsfrist beträgt wie bei übrigen Guthaben aus dem Arbeitsvertrag 5 Jahre. Eine vertragliche Vereinbarung hält vor dem Gesetz also nicht stand, weil Art. 329c OR relativ zwingend ist und deshalb nicht zuungunsten des Mitarbeiters abgeändert werden kann.

Haben Sie Fragen an Annette Rupp?

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

E-Mail: rechtsberatung@hoteliersuisse.ch

MARKTNOTIZEN

Servieren Sie auch beim Bezahlen eine perfekte Dienstleistung.

Ingenico Mobile von Aduno besticht durch Schnelligkeit, leichtes Gewicht - und natürlich durch **grenzenlose Mobilität**. Darüber hinaus ist das Zahlterminal mit dem brillanten Farbdisplay besonders robust und entspricht den neusten Sicherheitsrichtlinien.

Ingenico Mobile kommt überall dort zum Einsatz, wo grösstmögliche Bewegungsfreiheit gefragt ist. Beispielsweise in **Restaurants, Clubs und Strassencafes**. Aber auch **Taxi- sowie Kurierunternehmen** schätzen das vielseitige Leichtgewicht.

Ein mobiles Gerät verkürzt die Wege Ihres Personals erheblich, weil das **Terminal zum Bezahlen zum Gast gebracht wird**. Die integrierte Trinkgeld-Funktion erlaubt zudem eine bequeme Abrechnung. So sparen Sie Zeit und minimieren den Aufwand. Aber auch für den Gast ist die Bezahlung mit einem mobilen Terminal angenehmer: Er muss weder seinen Sitzplatz verlassen, noch seine Karte aus der Hand geben.

Aber das Ingenico Mobile bietet noch mehr: Im Gerät eingebaut ist ein **langlebiger Akku**, der einen zuverlässigen Betrieb garantiert. Aufgeladen wird das Zahlterminal auf der mitgelieferten Ladestation. Und der besondere Clou: Wie alle Aduno-Terminals ist auch das Ingenico Mobile standmassig für das kontaktlose Zahlen ausgerastet. Damit bezahlen Ihre Kunden noch schneller - Kleinbeträge sogar ohne PIN, ohne Unterschrift, ohne Aufwand.

www.aduno.ch



Ingenico Mobile von Aduno.



Alustar Rundumglanz.

Grill- und Barbecue Tip: Neues aus der Alufolien Erfinderstadt Kreuzlingen!

Ums erste Jahrzehnt des letzten Jahrhunderts entdeckte ein Kreuzlinger Unternehmer, Robert Victor Neher, dass die damals erstmals produzierbaren wenige tausendstel Millimeter dünnen Aluminiumfolien für den Haushalt einzigartige Vorteile bieten. Der Erfinder begründete damit im Haushaltproduktmarkt den Siegeszug, den die hauchdünne, auf einer Seite glänzend glatte, hitzebeständige Folie antrat.

Jetzt erfand wieder ein Team um Kreuzlinger Unternehmer mit Technikern, Gastro-Profis, Produktentwicklern und Hausfrauen die allseits glänzend glatte Alustar Rundumglanz Folie und perfektionieren so das Produkt mit den neuen wichtigen und nützlichen Vorteilen für den Haushalt und den Gastronomie:

- Erhohnte Reissfestigkeit dank Rundumglanz (sqts geprüft)
- Reflektorische Hitzeausbreitung
- Mit mikroskopischer Glätte erhohnte antihaf-Trenneigenschaft
- Längeres Frischhalten mit Rundumglanz

7% erhohnte Reissfestigkeit bei gleicher Folienstärke erreicht Alustar Rundumglanz und wird so mit den weiteren neuen Nutzen zum nachhaltig für die Ressourcen vorteilhaft produzierten Mehrnutzenprodukt. Aus den Testkuchen kommen begeisterte Ergebnisse, dass mit Rundumglanz durch die beiden glänzend glatten Oberflächen der Antihafteffekt beim Braten und Grillieren an der Folie viel grösser ist und die Folie sogar beidseitig wiederholt einsetzbar ist.

www.alustar.ch

Culinario Induction - ist ab Juli 2014 lieferbar

Mit der Einführung von Culinario Induction bringt Beer Grill eine weitere fortschrittliche Buffetlosung auf Basis moderner Induktions-technik auf den Markt.

Die edle, schwarze Präsentationsfläche bietet eine attraktive Bühne für Ihre Speisen, welche dank der stufenlosen, gradgenauen Temperaturregulierung optimal warmgehalten werden können. Soll- und Ist-Temperatur werden auf der Glasplatte pro GN-Feld angezeigt und lassen sich so stets überwachen.

Culinario Induction fügt sich optimal in die bestehende Culinario-Linie ein und lässt sich mit nur wenigen Handgriffen von bedient auf selbstbedient umstellen. Die ergonomisch angebrachten Drehschalter ermöglichen zudem eine einfache und unkomplizierte Steuerung. Die moderne LED-Technik sorgt für eine attraktive Beleuchtung Ihrer Speisen.

Bei Fragen zu Culinario Induction oder unserem übrigen Sortiment dürfen Sie sich sehr gerne bei uns melden. Wir beraten Sie gerne individuell zu den einzelnen Geratelosungen von Beer Grill.

Beer Grill AG
Allmendstrasse 7,
5612 Villmergen

+41 56 618 7800
info@beerg grill.com

www.beerg grill.com



Culinario Induction von Beer Grill.



Mit Horego INTEGRALE lassen sich Einkaufsabläufe problemlos optimieren.

Horego INTEGRALE - Die erfolgreiche Online-Bestellplattform

Sechs Monate nach ihrer Lancierung nutzen bereits über 250 Horego-Kunden die neue unabhängige und flexible Online-Bestellplattform, mit der sie ihr Einkaufsmanagement und die Betriebsführung umfassend unterstützen. Die Vorteile für Einkaufsverantwortliche liegen auf der Hand: Sie kaufen schnell und einfach ein, profitieren von der übersichtlichen und informativen Plattform, von Aktionen und Neuheiten.

Die Horego zählt über 850 Kunden aus den Bereichen Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitaler und Ausbildungsstatzen. Neben den bisherigen Einkaufsdienstleistungen bietet die Horego ihren Kunden neu auch einen effizienteren Bestellablauf an. Dies wird durch die Bestellplattform möglich, die nicht nur übersichtlich, sondern auch intuitiv bedienbar ist. Die Anwendung ist vielen Benutzern bereits bekannt, da die Plattform auf der erprobten Software INTEGRALE basiert. Die Bestellplattform ist ein praktisches Werkzeug, um die Einkaufsablaufe zu optimieren und online einen Überblick über alle Einkäufe im Betrieb zu erhalten. Die Fehlerquote bei Bestellungen und Auslieferungen wird minimiert. Dank den hinterlegten Bestellvorlagen können die Horego-Kunden ihre Bestellprozesse optimieren sowie Statistiken und Inventuren effizienter erstellen. Bequem ist, dass der Horego-Kunde mit einem Login eine breite Auswahl von Lieferanten zur Verfügung hat. Auch Drittlieferanten können hinzugefügt werden.

www.horego-integrale.ch

Textil-Personalisierung für erfolgreiche Unternehmen

Wer sich mit seinem Unternehmen effektiv von der Konkurrenz abheben möchte, für den sollten Begriffe wie Personalisierung, Individualisierung und Corporate Identity keine Fremdworte sein. Das Zusammenspiel aller Bereiche sorgt dafür, dass der Name «hängen bleibt». **Hotelwasche Erwin Müller** hat seinen Individualisierungsservice erweitert.

• Am Anfang steht das Logo
Dieses Zusatz-Angebot ist dabei ein echtes Unikat: Die individuelle Logo-Erstellung sichert ein einzigartiges Auftreten.

Für alle, die über keinen festen Namenszug verfügen oder sich mit ihrem Firmen-Logo neu orientieren wollen, bietet **Hotelwasche Erwin Müller** eine Logoerstellung an.

• Personalisierung ganz individuell

Die Möglichkeiten zur Personalisierung von Tischwäsche, Bettwäsche, Frottier und Bekleidung sind riesig. So bietet **Hotelwasche Erwin Müller** eine ganze Reihe an Möglichkeiten, das Logo und den Namen auf die gewünschte Unterlage zu bringen: Einstickung, verschiedene Arten der **Einwebung, Laser-Branding und Druck**.

• Individualisierung nach Mass
Ob besondere Grössen oder ausgefallene Formen, ein spezieller Saum oder ein neues Kleid für nicht standardisierte Stühle, Tische, Bänke und Co: **Hotelwasche Erwin Müller** erfüllt so gut wie jeden Wunsch.

www.erwinmueller.ch



Der Individualisierungsservice von Hotelwasche Erwin Müller.



Unkonventioneller Look mit Teilen, die individuell kombiniert werden können: Chef de Service, Barkeeper, Sous-Chef sowie Sommelier (von links).

Tourismus

Neues Qualitätslabel «Gstaad Authentique»

Die Destination Gstaad hat ein eigenes Qualitätslabel für lokale Produkte und Dienstleistungen entwickelt, welche die regionale Vielfalt prägen und Lebensgrundlage für viele Einheimische sind. Mit «Gstaad Authentique» zertifiziert wurden bereits der Alpkäse eines Bergbauern aus der Region, Nydletäfel sowie die Molkerei Saanen. Mit dem Qualitätslabel soll das lokale Gewerbe nachhaltig gestärkt werden. Die Initiative dafür geht zurück auf die Arbeitsgruppe «Vielfalt/Gewerbe» des Vereins Gstaad 2020 plus.

36 000 Zuschauer besuchten das Spektakel «1476»



David Merez/Murten Productions GmbH

Das Freilicht-Spektakel «1476», dessen Premiere am 13. Mai in Murten über die Bühne ging, hat 36 000 Zuschauer angezogen. Das entspricht einer durchschnittlichen Zuschauerzahl von 1100 Personen pro Abend, bilanziert der Veranstalter nach der 32. und letzten Vorführung vergangenen Montag. Mit dem Freilicht-Spektakel haben die Veranstalter von Murten Productions die Schlacht bei Murten von 1476 auf die Bühne gebracht.

www.1476.ch

Basel Tourismus bietet «Schatzsuche mit Basil»

Basel Tourismus hat diesen Sommer für Daheimgebliebene einen neuen Stadtrundgang auf Lager: Der neueste City Treasure Hunt heisst «Schatzsuche mit Basil» und richtet sich an Familien, die die Stadt auf spielerische Art erkunden wollen. Dabei werden sie begleitet von Basil, dem Fabelwesen, das seit dem Mittelalter mit Basel in Verbindung gebracht wird. Des Weiteren stehen Stadtrundgänge zu unterschiedlichsten Themen zur Auswahl, wie «Kunst in der Stadt» oder der Fasnachtsklassiker «Wenn's am Mäntig 4i schloot».

www.basel.com

Über 60 Events an der 9. Schweizer Wandernacht



sondererfotos.ch

In der Vollmondnacht vom Samstag, 12., auf Sonntag, 13. Juli 2014, steigt die 9. Schweizer Wandernacht. Ob in der Region Basel, dem Waadtland, im Mittelland, auf den Jurahöhen oder im Tessin, ob für Familien, Sportler oder Genusswandernde, ob Kräuter-Verkostung im Toggenburger Rindfleischtopf auf der Hannigalp – es stehen über 60 Wanderungen mit unterschiedlicher Dauer zur Auswahl. Der Event wurde 2006 vom Verband Schweizer Wanderwege lanciert.

www.wandernacht.ch

Mit Jeans in der Küche

Produziert von der Jeansmarke G-Star, präsentiert vom Spitzenkoch Sergio Herman: Die Gastro-Linie Raw Utility Cuisine interessiert auch hiesige Gastronomen.

FRANZISKA EGLI

Kürzlich feierte es Eröffnung: «The Jane», Sergio Hermans jüngstes Kind. Der in seinem Vorgänger-Restaurant Oud Sluis im niederländischen Sluis mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnete belgische Spitzenkoch präsentierte seinen Gästen mit

seinem neuen Lokal in Antwerpen nicht nur eine wirklich einzigartige Location – schliesslich befindet sich das «The Jane» in der Kapelle eines alten Lazarets, die Küche befindet sich auf dem Altar, der Speiseaal im Mittelschiff, die DJs spielen in den ehemaligen Toiletten. Sondern er zeigte sich zusammen mit seinem Team in einem wirklich trendigen Look: in Gastro-Kleidung kreiert von niederländischen Fashion-Hersteller G-Star.

Wer G-Star's Working-Wear mag, dem gefällt auch die Gastro-Linie «Raw Utility Cuisine» heisst die Kollektion, deren Aushängeschild der Spitzenkoch selber ist. Die neue Linie ist offizielle Personalbekleidung im «The Jane» und exakt seit der Eröffnung des Restaurants auch auf dem Markt. «Ich bin schon lange Fan dieser unkonventionellen Marke. Sie ist pur, konsequent und innovativ –

was ich auch bei mir immer anstrebe», erklärt Herman. Oder anders gesagt: Wer den Working-Wear-Stil von G-Star mag, der wird auch von der Gastro-Linie

«Die Marke ist pur, konsequent und innovativ – was auch ich anstrebe.»

Sergio Herman
Inhaber «The Jane», Antwerpen NL

angetan sein. «Sie passt zu eigenwilligen Küchenchefs mit innovativen Gastro-Konzepten à la Sergio Herman», ist Luc Pauchard überzeugt, der via Berner G-Star-Shop die Kollektion exklusiv für die Schweiz vertreibt.

Die Kollektion besteht aus sechs Kleidungsstücken in unterschiedlichen Farben, abgestimmt auf die verschiedenen Funktio-

nen eines Restaurants, welche aber individuell kombiniert werden können. Alle Stücke entsprechen den gastronomischen Anforderungen, aber die ID von G-Star ist unübersehbar. So besteht die Sous-Chef-Schürze etwa aus Denim, also Jeans-Stoff, und die Passform der Hose entspricht der beliebten Jeans «Type C».

Als einzelne Jeans zahlbar, für ein ganzes Team nicht ganz günstig

In den Niederlanden finde die Linie grossen Anklang, weiss Lukas Blachfeldner, Country Manager Österreich/Schweiz bei G-Star Raw. Und auch hierzulande haben innovative Köpfe Interesse signalisiert. Ivo Adam beispielsweise oder Simon Apothélox, Küchenchef des in den Gewächshäusern einer ehemaligen Gärtnerei untergebrachten Restaurant Eisblume in Worb. Letzterer anerkennt: «Bei Herman passt einfach alles zusammen, seine

Anrichte, das Porzellan, die Kleidung». Dennoch: «Auch mein Kochstil mag unkonventionell sein, punkto Kleidung bevorzuge ich es eher klassisch.»

Simon Ragaz, der mit Ragaz Catering in der Eventlocation Stufenbau in Worbladen für das kulinarische Wohl zuständig ist, hat die Kollektion ebenfalls mit Interesse begutachtet. Er findet sie «knackig», er mag den «frischen Look». Aber: Sie hat ihren Preis. Ist eine Hose für 150 Franken für Denim-Fans vergleichsweise günstig, bedeutet dies für einen Catering-Betrieb mit hoher, täglich wechselnder Mitarbeiterzahl eine Investition, die überlegt sein will, meint Ragaz. Dessen ist man sich bei G-Star bewusst. «Raw Utility Cuisine» sei denn auch mehr als Arbeitsbekleidung, so Blachfeldner, «sie ist ein Statement.»

www.olmo.ch/g-star-store-bern.html

Kolumne



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

Ehrenkodex der Reise-Journalisten

Kürzlich war ich mal wieder auf dem Schiff und kam beim Nachtessen mit einem Radiojournalisten ins Gespräch. Der Kollege gestaltet und moderiert eine Reisesendung im ersten Programm des NDR Hamburg. Was er verkündete, erinnerte mich an gute alte Zeiten hierzulande. Sein Sender würde sämtliche Ausflüge, Reisen und Hotelaufenthalte, über die er berichtet, bis auf den letzten Cent bezahlen. Einladungen anzunehmen und gratis in der Welt herumzureisen, sei unschicklich und passe nicht in den Kodex.

Es gab früher auch in der Schweiz Medienunternehmen, die zwecks neutraler Berichterstattung für sämtliche Reisespenden ihrer Travel Editors aufkamen. Die Medienhäuser mit der sauberen Weste schickten ihre Reisespezialisten damals natürlich nicht gerade in die Südtsee, die Journalisten dealten dann einfach hinter dem Rücken, wenn sie ihren Aktionsradius vergrössern wollten. Verlagsmanager und Chefredaktoren drückten beide Augen zu.

In jüngerer Zeit startete die «Handelszeitung» einen Versuch, auf Einladungen sämtlicher Art zu verzichten. Bevor der

Chefredaktor das «Diktat der weissen Weste» aber auf der ganzen Linie durchsetzen konnte, wurde er nach Deutschland abberufen.

Ich selber fände es toll, wenn ich und meine Kolleginnen der Reiseredaktion nicht mehr auf Einladungen und Barmherzigkeit der Branche angewiesen wären. Wenn wir ein tüppiges Spesenbudget zur Verfügung hätten, um alle Reisen, analog dem NDR Hamburg, zu berappen. Aber das bleibt Illusion. In den Verlagen werden die Mittel immer knapper. Viele Kollegen dürfen nicht mal einen Flug nach Berlin oder den TGV nach Paris auf Redaktionskosten buchen. Ohne Sponsoring ist ein anständiger Reisetrip gar nicht mehr zu stemmen.

Nun kommt es aber drauf an, wie man mit der Situation umgeht. Ich folge einer professionellen Mission: Ziel müssen immer die Story sein und ein direkter Nutzen für die Zeitung. Das heisst, ich lasse mich nicht einfach so zu einem schönen Weekend im Tessin überreden oder zu einem reinen Fun-Trip nach Bordeaux einladen. Und ich nehme es bei der Berichterstattung genau mit der

Wahrheit, unbeeindruckt von Vorgeschichte und Schmalmeinklängen von Hoteldirektoren oder PR-Agenten.

Allergisch reagiere ich, wenn Agenturen Pressereisen nach dem reinen Lust-Prinzip ausschreiben. Eine Firma aus Österreich lädt hartnäckig zur «Genuss- oder Wellnesspressereise». Verirrt man sich mal an einen Anlass dieser Agentur, tritt man dort fast nur auf den unangenehmen Typus des Schmarotzer-Journalisten, der mit nebulösen Aufträgen und beachtlichem Hunger und Durst unterwegs ist.

Ich finde, Journalisten sollten sich ihres Status immer bewusst sein, etwas Demut kann nicht schaden. Keiner wird in der Regel wegen seiner schönen blauen Augen verwöhnt, sondern weil sich das Hotel oder der Reiseveranstalter günstige Publizität erhoffen.

Beim Dessert verriet der Mann vom öffentlich-rechtlichen Regionalfunk dann, er berichte aus Kostengründen nur noch über deutsche und österreichische Ziele. Die Schweiz komme in seinen Reportagen nicht mehr vor – zu teuer.

Gastronomie

Caritas startet mit sozialem Restaurant-Projekt

Jeder soll sich ein Essen auswärts leisten können – das ist die Idee hinter dem neuen Projekt «Bon Lieu» der SV Stiftung und Caritas Schweiz. Das Caritas-Restaurant La Meridiana in Chur ist das erste Lokal nach «Bon-Lieu»-Art, wo Normalverdienende zu marktüblichen Preisen bewirtet werden und von Armut Betroffene dasselbe Angebot zu reduzierten Preisen erhalten. Das Konzept solle laut Mitteilung schweizweit umgesetzt werden.

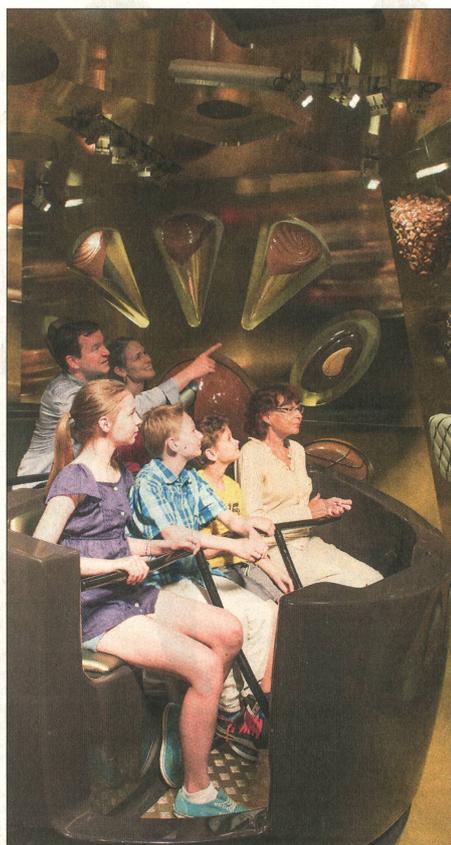
«Copenhagen Cooking»: Gastro-Festival im August



ZVG

Wer Inspiration bei den skandinavischen Köchen sucht, kann dies Ende August am Festival «Copenhagen Cooking» tun: Zum zehnten Mal stehen über hundert kulinarische und gastronomische Veranstaltungen in der dänischen Hauptstadt auf dem Programm. So laden etwa Spitzenköche zum Essen in ihre Privatwohnungen ein, oder auf Schloss Christiansborg gibt es königliche Speisen zu kosten.

www.copenhagencooking.com



Schokoladige Abenteuerfahrt im Verkehrshaus. PHOTOPRESS/Sigi Tischler

Auf Schoggi-Tour in Luzern

Die neue multimediale Attraktion «Swiss Chocolate Adventure» soll mehr ausländische Gäste ins Verkehrshaus Luzern bringen.

SABRINA GLANZMANN

Der Besucher ist mitten auf einem Frachtschiff nach Westafrika, unterwegs zu einem der grössten Kakao-Anbaubiete. Panorama-Bildschirme suggerieren die Ozeanüberquerung und die Ankunft im Hafen, bevor vom Kakaobohnen-Anbau über den Transport in die Schweiz bis zu Herstellung und Vertrieb von Schokolade die gesamte Wertschöpfungs- und Transportkette gezeigt wird.

Diese jüngst eröffnete, multimediale Erlebniswelt «Swiss Chocolate Adventure» ist das neueste Angebot im Verkehrshaus Luzern. Entstanden ist sie in Zusammenarbeit mit Lindt Chocolate Competence Foundation als neuem Partner – rund 8 Millionen Franken hat die Stiftung in das

schokoladige Abenteuer investiert. Ernst Tanner, Präsident der Lindt Chocolate Competence Foundation, sagt dazu: «Wenn es um die nationale und internationale Wahrnehmung von Swissness geht, spielt die Schweizer Schokoladenindustrie eine tragende Rolle.» Um den «guten Ruf der Schweizer Schokolade» sowie das Wissen und die Kompetenz in Bezug auf die Herkunft der Rohstoffe und die Schokoladenherstellung auszubauen und gegen aussen zu tragen, wolle sich die Stiftung auch mit solchen Projekten «für die langfristige Sicherung des Schokoladenstandorts Schweiz» einsetzen, erläutert Tanner.

Das Potenzial für ausländische Märkte ist «sehr gross»

Seitens Verkehrshaus will man mit der neuen Attraktion neben den bestehenden Zielgruppen vermehrt ausländische Gäste ansprechen. «Diese strategische Partnerschaft unterstützt unser Ziel, vermehrt den Transport von Gütern zu thematisieren und damit die Bedeutung des Verkehrswesens zu illustrieren. Auch hilft

Touristengruppen mit einem typisch schweizerischen Produkt anzusprechen», ist Verkehrshaus-Direktor Martin Bütikofer überzeugt. Obwohl konkrete Zahlen schwierig vorzusagen seien, schätzt Tourismusdirektor Marcel Perren das Potenzial für ausländische Märkte als «sehr gross» ein, da Luzern 1,1 Mio. Übernachtungsgäste und rund 5 Mio. Tagesgäste zählt. «Und mit der rund 25 Minuten dauernden Fahrt werden auch Reisegruppen ideal angesprochen», so Perren weiter. Generell sei «Swiss Chocolate Adventure» sehr professionell gemacht und die Synergien mit dem Verkehrshaus Luzern ideal: Viele Familien würden damit angesprochen.

Ein Hotel, das bereits ein Package zur Ausstellung geschnürt hat, ist das «Astoria»: Zu den Leistungen für eine Übernachtung mit Frühstück (ab 140 Franken pro Person und Nacht) gehören etwa der freie Eintritt in die Ausstellung und eine Tageskarte für die Fahrt ins Verkehrshaus.

www.verkehrshaus.ch

ANZEIGE



Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/partner

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Preferred Partner

 Ihr globaler Zugang zu kaufkräftigen Kunden	 Ihr Spezialist für einen effizienten Energieeinsatz	 Ihr Partner im bargeldlosen Zahlungsverkehr	 Der Partner rund ums Bett	 Ihr Partner für die globale Risikoverwaltung	 Backoffice Lösung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus	 Wir machen Hotels erfolgreicher. Und dies beweisen wir täglich	 Das Beste für Ihre Gäste	 Innovative Wäsche aus traditionellem Haus	 Ihr Partner für massgeschneiderte Kommunikationslösungen
---	---	---	-------------------------------	--	---	--	------------------------------	---	--

Business Partner

HUBERT

HUBERT ist der zuverlässige Partner für die Gastronomie und Hotellerie. Wir halten ständig über 6000 Artikel in unserem hochmodernen Logistikzentrum für Sie bereit.

KLAFS
MY SAUNA AND SPA

Klafs ist Europas führender Hersteller von Sauna-, Bade- und Wellness-Anlagen. Seit Jahrzehnten setzen unsere Produkte Massstäbe in Qualität, Technik und Design, von der klassischen Sauna bis zum modernen Erlebnisbad.

MASERATI

Am 1. Dezember 1914 wurde das Unternehmen Officine Alfieri Maserati gegründet. Seitdem hat Maserati Sportwagen Geschichte geschrieben. Aus einem einst kleinen Unternehmen entwickelte sich Maserati zu einer bedeutenden internationalen Automobilmarke, die heute in über 60 Ländern präsent ist.

News

Transgourmet:
3. Regionallager
in Neuendorf

Mit Neuendorf nimmt Prodega/Growa/Transgourmet nach Quarto/TI und Chur das dritte Regionallager in Betrieb. Das neue Lager auf 6000 Quadratmetern grenzt direkt an den bestehenden Prodega Markt in Neuendorf an. Von der regionalen Präsenz profitieren nun die Kunden der Regionen Aargau, Solothurn, Basel und Olten. Zudem erhalten sie Zugriff auf ein grösseres Sortiment besonders auch im Frischproduktebereich.

www.transgourmet.ch

Schweizer Literatur
in über 70 Umer
Seilbahnen



Die zahlreichen Seilbahnen im Kanton Uri dienen bis im Herbst 2015 als Bühnen für ein aussergewöhnliches Literaturprojekt: «Mit Poesie auf Berg- und Talfahrt» von Peter Bichsel über Franz Hohler und Lukas Bärfuss bis Sabine Reber und Arno Camenisch - in über 70 Seilbahn-Kabinen im ganzen Kanton gibt es ein zeitgenössisches Gedicht eines Schweizer Autors zu lesen. Initiat und Leiter des Projekts ist der Luzerner Künstler Niklaus Lenherr.

www.literatur-mobil.ch

Hotellerie

Well-Aging im
«Schweizerhof
Lenzerheide»

Ab diesem Sommer bietet das 4-Sterne-Superior-Haus Schweizerhof auf der Lenzerheide ab zwei Tagen Aufenthalt ein neues Well-Aging-Programm an. Erfahrene Coaches geben den Gästen Empfehlungen zu den Themen Entspannung, Bewegung und Aussehen. Ein Sportarzt und Fitness-trainer entwickelt individuelle Bewegungsprogramme. Des Weiteren gehören eine Hautanalyse, medizinische Massagen, ein Rücken- und Nacken- sowie eine Entschlackungskur zum Angebot.

www.schweizerhof-lenzerheide.ch

Skulpturen von
Lilian Hasler im
«Glockenhof»



Die Zürcher Bildhauerin Lilian Hasler verwandelt den Innenhof des Zürcher Best Western Premier Hotel Glockenhof von einer grünen Oase in ein blaues Paradies: Bis 24. August sind die grossen, meist in blau gehaltenen Skulpturen der Künstlerin zu sehen. Lilian Hasler bemalt ihre Holz-, Stein- und Kunststoffskulpturen zumeist Blau und in einem hellen Türkis. Die Vernissage findet morgen Freitag, 4. Juli, statt und wird um 18 Uhr von den Glocken der St. Anna-Kapelle eingeläutet.

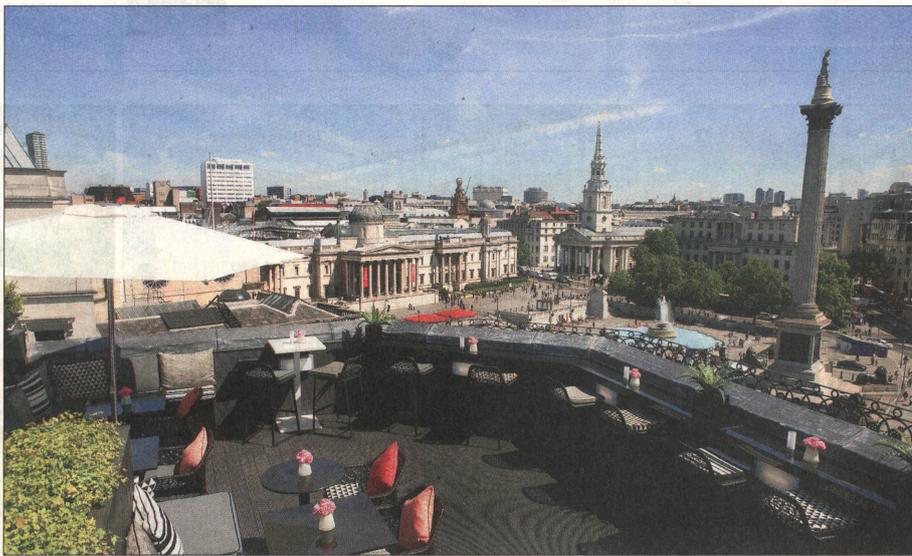
www.glockenhof.ch

Blick ins Ausland
In London stellen
sich immer mehr
Hotels mit ihren
Dachterrassen dem
launischen Wetter.
Drei Beispiele für
erfolgreiche
Rooftop-Orte.

KATHRIN SINGER

Ohne Hotel-Dachterrassen scheint in London derzeit nichts zu gehen. Sie werden - trotz des unberechenbaren britischen Wetters - immer mehr zu einer regelrechten Destination für Touristen und Einheimische. Beispiel The Trafalgar Hotel von Hilton: Lange habe es gar keine aktive Dachterrasse gehabt, so Kara Montelro, Director of Operation. Aber das hat sich 2010 geändert. Die Open-Air-Rooftop-Bar «Vista» wurde auf 353 Quadratmetern eröffnet, inklusive Küche und VIP-Bereich für Gruppen von 10 bis 180 Personen. In der Hochsaison arbeiten hier bis zu 28 Mitarbeitende.

Der Blick führt von «Vista» direkt auf den Trafalgar Square, auf die Nationalgalerie und den Big Ben - aber macht das Wetter da wirklich keinen Strich durch die Rechnung? «Das Wetter sehen wir nicht als Problem an. Wir sind Briten», so die Antwort der Ostlondonerin Kara Montelro, «wir sitzen auch mit einem Regenschirm auf der Terrasse, aber natürlich versichern wir allen Gästen dass bei schlechtem Wetter im Haus für eine Alternativvariante gesorgt ist.» Die Dachterrasse hat sich in den letzten drei Jahren zum entscheidenden Segment im F&B des «Trafalgar» entwickelt. «Es ist die Hauptsäule», so Montelro. Zudem buchen viele Kunden gleichzeitig für ihre Party-Gäste auch Zimmer im Hotel. Jedem, der die Terrasse bucht, wird auch immer das gesamte Hotel vorgestellt. Kara Montelro räumt ein, dass es am profitabelsten wäre, die Terrasse nur für Events zu öffnen, die 65 Prozent



Die Open-Air-Dachterrasse und -bar «Vista» im The Trafalgar Hotel macht ihrem Namen alle Ehre.

Bilder: zvg

Top of London



«Das Wetter ist für den Dachterrassen-Betrieb kein Problem. Wir sind Briten.»

Kara Montelro
Director of Operation «Trafalgar»

des Geschäftes von «Vista» ausmachen. Doch mitten in London möchte man einen Beitrag für alle Londoner und Gäste der Stadt leisten. Nach 17 Uhr wird von allen Besuchern ein Eintritt von 5 Pfund erhoben. Auch Film-crews und Fotoagenturen buchen «Vista»: Tom Cruise und Emily Blunt hatten jüngst die Terrasse genutzt, um für ihren neuen Film zu werben. Für solche Termine werden zwischen 250 und 1000 Pfund berechnet.

100 Pfund Mindestkonsum auf der Dachterrasse am Wochenende
Ein Mittwochabend im Mai im hypermodernen ME London Hotel, mitten im Theaterdistrikt. Das Wetter ist regnerisch, die Temperatur nicht höher als 15 Grad.



Gemütlich und grosszügig: die Dachterrasse im ME London Hotel.

Doch «Radio», die Bar im obersten Geschoss mit angeschlossener Dachterrasse, ist brechend voll. In einem Bereich der Terrasse, halb durch ein Dach geschützt, halb offen, findet gerade eine private Party statt. Pro Kopf ist der Mindestverzehr am Wochentag auf 50 Pfund festgelegt, am Wochenende auf 100 Pfund. 70 Prozent der Gäste, so Managerin Julie Doumer, sind Externe. Die Lizenz erlaubt einen Barbetrieb bis 3 Uhr morgens, was für London aussergewöhnlich lang ist und das ME Hotel gut positioniert.

Eine Dachterrasse mit Kräuter- und Gemüsegarten

Vor Kurzem erst wurde das Ham Yard Hotel eröffnet, im ehemaligen Sohoer Rotlichtdistrikt. Nach drei Jahren Bauzeit und einer Investition von 100 Millionen Pfund haben Tim Kemp und seine Frau Kit, Mitbesitzer der

Firmdale Gruppe, ein Hotel mit 91 Zimmern, einem Kino und einer aus Texas importierten Vintage-Bowlingbahn erbaut. Die Dachterrasse, so hiess es auf Anfrage zunächst, sei den Hotelgästen vorbehalten. Nun aber wird sie doch für Events ganzjährig angeboten. Grund für den Sinneswandel waren wie so oft die Lizenzen: Es gab keinen Präzedenzfall in Soho, sodass sich die zuständigen Behörden sich mit der Bewilligung schwertaten. Nach längerem Kampf hat das Hotel nun das Recht, die Dachterrasse bis 23 Uhr zu nutzen.

Die Bar und das Barbecue sind eingerichtet. Im Garten der Terrasse wachsen in stilvoll angelegten Hochbeeten Kräuter, Salate, Spinat und auch rote Beete. Ein kurzer Weg für den Chefkoch, und auch die Barkeeper finden im Garten Minze und andere Kräuter für Cocktails. Eine grüne Oase im urbanen Soho.

Fakten Hotels mit Geschichte

Wo 2013 das «ME London» eröffnete, stand früher das populäre Gaiety Theater. Während des Zweiten Weltkrieges wurde das Gebäude stark beschädigt und später abgerissen, in den 1960er-Jahren wurde am Standort ein Bürohaus erbaut, von wo aus die Citybank bis 2005 operierte. Im Portfolio der Stararchitekten Foster + Partners nimmt das ME London Hotel einen besonderen Platz ein: erstmals wurde alles von Gründer Sir Norman Foster designt. Es schliesst sich an das neu renovierte Marconi House, der frühere Hauptsitz der BBC,

an, von wo aus 1922 die erste Radioubertragung gesendet wurde. Als Erinnerung daran trägt die Bar des ME London Hotels den Namen «Radio». Früher stand dort, wo jüngst das Ham Yard Hotel eröffnet wurde, der Ham Pub - daher der Name. Aus dem Pub wurde später das Lyric Tavern, das über 150 Jahre lang für kulturelle Veranstaltungen bekannt war. Am Weihnachtsabend 1852 kochte Londons erster Promikocher Alexis Soyer hier das Essen für 22000 Arme der Stadt. In den 1920er-Jahren siedelten sich Nachtclubs an - Soho, noch bis

vor Kurzem mit Prostitution und Drogenhandel assoziiert, entstand. Hotelbesitzer Tim Kemp: «Wir haben den schlechtesten Teil Sohos genommen und daraus den besten gemacht.»

Das Gebäude, wo heute das «Trafalgar» steht, war früher der Hauptsitz der Cunard Steamship Company. Die Nachricht vom Untergang der Titanic wurde hier, im Sitzungssaal der Firma, bekannt gegeben. Heute wird der Saal für Tagungen und Konferenzen genutzt. Und manchmal auch für Filme: Teile des Bond-Films Dr. No wurden im «Trafalgar» gedreht. ks

Steinzeit-Kost im «Thessoni Classic»

Damwild mit Wurzeln und Nüssen, Seeforelle mit Randen: Das Fine-Dine-Restaurant Feinwerk im Zürcher Hotel Thessoni Classic setzt auf Paleo-Küche.

In den USA ist sie schon länger ein Thema (die htr berichtete), nun setzt ein Schweizer Restaurant ganz auf diese Ernährung: Das «Feinwerk» im umgebauten Hotel Thessoni Classic in Zürich-Regensdorf serviert seinen Gästen des Abends Paleo-Küche. Die sogenannte Steinzeit-Ernährung bezieht sich auf die Ernährungsgewohnheiten unserer Vorfahren und verzichtet auf Getreide, Milchprodukte und raffinierte Produkte. «Paleo ist



Gericht à la Paleo: Essen von der Bergwiese.

zvg

die wohl reinste Küche überhaupt und eignet sich damit auch für Menschen mit Lebensmittelunverträglichkeiten», sagt «Thessoni-Classic»-Gastgeber Roger Gloor. So serviert Chefkoch David Krüger in dem mit nur acht Tischen ausgestatteten Fine-Dine-Restaurant Damwild von der Rigi mit Wurzeln, Nüssen und Pilzen, Seeforelle mit Farnherzen und Randen oder Wachtel mit Lavendel. Anders in den zwei anderen Restaurants des Hotels: Die

«Speisekammer» mit seiner offenen Küche setzt auf leichte Gerichte, das «Tonwerk» ist für Steak- und Hummerfans.

Das Hotel Thessoni Classic in Zürich-Regensdorf (ehemals Trend Hotel) wurde letztes Jahr komplett umgebaut und im Oktober 2013 wiedereröffnet. Das Angebot von 49 Zimmern und Suiten richtet sich auch an Tagungs- und Seminargäste. fee

www.thessoni.com



Switzerland with Love

Ein Buch für Schweizer Touristiker
Vernissage / Podium: Landesmuseum, 28.7. 17.00
Anmeldung: swissbrandexperts.ch

swissbrandexperts



Die vielen Gesichter und Farben der diesjährigen Ausgabe von «Il Tavolo – Zürich bei Tisch»: Gestartet mit der grossen «Opening Night» bei Gate Gourmet am Flughafen Zürich (Mitte oben), haben die zahlreichen Anlässe des Food-Festivals insgesamt fast 3000 Besucherinnen und Besucher angelockt.

Bilder Gerry Russo Fotografie/ivo Nigro, IN Fotografie/David Biedert Photography, alle für Il Tavolo

Genüssliche Festlaune in Zürich

Das Zürcher Food-Festival «Il Tavolo» ist mit positiver Bilanz zu Ende gegangen – auch für das Park Hyatt Zürich, das in letzter Minute umdisponieren musste.

SABRINA GLANZMANN



Hyatt'sches Duo für «Il Tavolo»: Frank Widmer (Park Hyatt Zürich, links) und Alexander Moser (Hyatt Regency Istanbul Ataköy), zsg

Insgesamt 2835 Gäste und ein Ticketverkauf, der im Vergleich zum Vorjahr um 15 Prozent gestiegen ist: Die Bilanz des Zürcher «Il Tavolo» 2014 zeigt, dass es mit der nunmehr dritten Ausgabe seinen Platz im breiten Schweizer Food-Festival-Angebot definitiv gefunden hat.

Während fünf Tagen pilgerten Feinschmecker in die Limmatstadt, um an den verschiedenen Anlässen die Kreationen von lokalen Chefs und Gastköchen aus dem In- und Ausland (siehe dazu auch htr vom 19. Juni) zu geniessen. Allein 500 kulinarik-Interessierte besuchten den letzten Programmpunkt am Sonntag, den Familienbrunch im Zürcher Engrosmarkt, mit 19-Punkte-Koch André Jaeger und dem Verein «Gastrosophinnen Schweiz».

«Sternennächte» von Flying Dinner bis Kitchin-Party

Neu wurde heuer mit der «Sternennacht» am Freitag ein Event aufgelegt, bei dem die sechs teilnehmenden Hotels Baur au Lac, Eden au Lac, Park Hyatt Zürich, Storchen Zürich, The Dolder

Grand und Widder Hotel selber Abendangebote gestalten und Ideen ins Festivalprogramm einbringen konnten (siehe auch Interview rechts). Die meisten machten das in Form von Flying Dinner, Kitchin-Party, Signature-Dish-Präsentation oder – im Falle des Park Hyatt – mit einem «Show & Tell»-Abend im Restaurant «parkhuus».

Küchenchef Frank Widmer wollte mit seiner Interpretation der «Sternennacht» den Gästen zeigen, wie die Abläufe in einer Küche funktionieren und dafür mit dem nordrischen Top-Chef Chris Bell durch einen interaktiven Genussabend führen, bei dem beide abwechselnd je einen Menügang verantworteten. Den Gästen sollten die Gerichte direkt im Lokal erklärt und gezeigt und mit Kameras die Crew in der Küche begleitet werden – «wollte» und «sollte» deshalb, weil Bell aus privaten Gründen kurzfristig absagen musste. Allerdings gefährdete das die «Sternennacht» im Park

Hyatt zu keinem Zeitpunkt: Frank Widmer liess sein internes Kontaktnetz spielen (der gebürtige Berner ist seit 1996 bei der Hyatt-Gruppe) und konnte so mit Alexander Moser einen Kollegen nach Zürich holen, den man innerhalb der internationalen Hotelkette als einer der Opening-Spezialisten bezeichnen kann. Der Deutsche hat nach einer Kocheausbildung im Grand Hyatt Berlin 2003 zwei Häuser des Unternehmens in Dubai und danach eines in Jekaterinburg miteröffnet, bevor er die letzten zwei Jahre auf «Task Force» in verschiedenen Hyatts weltweit unterwegs war. Aktuell arbeitet er am für in drei Monaten terminierten Opening des Hyatt Regency Istanbul Ataköy mit.

Rasche Unterstützung für Frank Widmer aus der «Hyatt»-Familie
«Dass Alex heute hier ist, zeigt auch, wie solche Festivals auch eine tolle Gelegenheit sein können, um auf Kontakte mit Berufskollegen und Partnern zurückzu-

greifen und für eine Sache am gleichen Strick zu ziehen», sagt Frank Widmer beim Gespräch am Freitagmorgen im Park Hyatt Zürich. Auch wenn man zum Beispiel als einzelner Betrieb einen ähnlichen Food-Event für sein Haus plane und vielleicht nicht gerade in ein ganzes lokales Festival eingebunden sei, könne so etwas dank guten Verbindungen relativ unkompliziert realisierbar und möglich sein, ist der Küchenchef überzeugt. Möglich war dank des freundschaftlichen Hyatt-schen Duos am Freitag ein sympathischer Abend mit vielen kulinarischen Highlights, den die Verantwortlichen im Nachzug als

Erfolg verbuchen können: «Der Anlass war mit 100 Gästen restlos ausverkauft», sagt Laura Amanzi, Director of Communications im Park Hyatt Zürich.

Auch Alexander Moser konnte sich dafür kurzfristig noch ausgiebig einbringen – auch wenn natürlich das meiste für die geplante irisch-schweizerische Menüfolge schon vorbereitet und aufgelegt war und daran nicht mehr gross geschraubt werden konnte. Für den Koch war aber gerade das einer der interessantesten Punkte an seinem kurzfristigen Engagement: «Ich konnte zum Beispiel überlegen: was kann ich beim Gang aus Taube, Poveraden und

Rhabarber noch Eigenes einbringen, welche Gewürze würden passen, wie kombinieren wir das alles? Das hat riesigen Spass gemacht. Und natürlich war es auch spannend für mich als «Externer», die lokalen und regionalen Produkte kennenzulernen».

Frank Widmer, seit zehn Jahren Küchenchef im Park Hyatt Zürich und seit der ersten «Il-Tavolo»-Ausgabe mit dabei, sieht das Food-Festival generell als «wichtigen Anlass für den Platz Zürich als Genuss-Destination» an. «Wir haben eine tolle kulinarische Vielfalt zu bieten, und es ist wichtig, dass das künftighin noch stärker wahrgenommen wird.»



Nachgefragt

Jörg Arnold

Der General Manager im Hotel Storchen Zürich und Präsident der Zürcher Hoteliers amtiert auch als Präsident des Vereins «Il Tavolo».

Wie ist Ihre Bilanz als Vereinspräsident zur dritten Ausgabe von «Il Tavolo»?

Es ist schön zu sehen, dass «Il Tavolo» bereits ein Begriff geworden ist und wir dank Verbesserungen nochmals eine Steigerung an Qualität und verkauften Tickets erreichen konnten. Also auf der ganzen Linie eine wahre Freude für alle.

Stichwort Verbesserungen: Sie haben zum Beispiel die Preise wie bereits letztes Jahr erneut nach unten angepasst. Gerade der Samstag-Event, der dieses Jahr unter dem Namen «Il Mercato-Dinner» stattfand, war mit 89 Franken pro Person verglichen zu den Vorjahren relativ günstig...

Unser Ziel ist es, so vielen kulinarisch affinen Zürchern und Gästen aus nah und fern ein unvergessliches Erlebnis in einer einzigartigen Atmosphäre im Zürcher Engrosmarkt bereitzustellen – und das zu einem

attraktiven Preis. Dank hervorragenden Sponsoren wie Bianchi, der Sonntagszeitung und Jelmoli und vielen mehr ist dies möglich.

Wie ist Ihr Résumé zur dieses Jahr neu aufgelegten «Sternennacht»?

Bei der Sternennacht ging es darum, den sechs teilnehmenden Hotels eine eigene Plattform neben dem Event «Der rasende Koch» zu bieten. Jedes Hotel hat das auf seine Art genutzt. Ich kann vom «Storchen» sprechen: Unsere Kitchin-Party unter dem Motto Brasil war ein toller Erfolg, und Ähnliches habe ich von meinen Hotelierskollegen gehört.

Dann wird es nächstes Jahr definitiv ein viertes «Il Tavolo» geben?

Alle Zeichen stehen auf grün. Wir werden Ende August zusammensitzen, die Zahlen analysieren und bis dahin alle Kommentare sammeln und definitiv entscheiden.

sag

PROFIL

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

Nr. 27 · 3. Juli 2014

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

NDS – MEINE ERFAHRUNGEN

**Das NDS Hotelmanagement, welches hotel-
leriesuisse gemeinsam mit der Hotelfach-
schule Thun anbietet, kann auf eine lange
Geschichte zurückblicken: Im Oktober
2014 wird der Zyklus 41 beginnen!**

Ich selber habe Zyklus 38 abgeschlossen – und war seither so manches Mal dankbar für meinen mit praxisorientiertem und fundiertem Wissen gefüllten Rucksack. Noch während des anderthalb Jahre dauernden Studiums stand ein Jobwechsel für mich an – ich konnte zwei Betriebe in Zürich als Direktorin übernehmen, das LADY'S FIRST design hotel und das hotel marta. Zum einen war es zwar eine zusätzliche Belastung, während des Studiums eine solch verantwortungsvolle Position zu übernehmen, zum anderen jedoch konnte ich davon profitieren, dass ich das im NDS angeeignete oder aufgefrischte Wissen praktisch sofort in die Tat umsetzen konnte (und musste).

Lebenslanges Lernen

Seit der Diplomfeier von Zyklus 38 ist nun genau ein Jahr vergangen. Mit vielen Mitstudierenden bin ich noch immer in Kontakt, sei es zum privaten oder beruflichen Austausch: Das Netzwerk, das man sich während des NDS aufbauen kann, ist fast so viel wert, wie die Studieneinhalte selbst! In der Folge war es für mich nur logisch, mich aktiv in der Alumni-Vereinigung, dem VDH (Vereinigung diplomierter Hoteliers) zu engagieren. So konnte ich mein Netzwerk sogar noch ausbauen – es sozusagen mit 41 multiplizieren! Seit April 2014 bin ich neu

Mitglied im Vorstand des VDH und freue mich, daran mitzuwirken, dass auch in Zukunft die Vereinsziele erreicht werden – neben dem Netzwerkgedanken auch die Förderung beruflicher und persönlicher Qualifikationen und die Förderung der Weiterbildung in Hotellerie und Gastgewerbe. Unter anderem findet im September in Zusammenarbeit mit dem Institut für Marketing der Universität St. Gallen ein Pilotworkshop zum Thema «Neue Wege und Methoden in der Vermarktung von Hoteldienstleistungen» statt. Der inhaltliche Fokus dieses Pilotworkshops liegt auf den Themenfeldern Markt- und Kundenanalyse, Marketingstrategie und Leistungsmanagement. Mit Aktivitäten wie diesen haucht der VDH den Schlagwörtern «lebenslanges Lernen» und «Nachhaltigkeit» Leben ein.

Ich betrachte das NDS als Investment in mich selbst, das nicht einfach mit der Diplomierung endet, sondern mit Engagement, Interesse und Offenheit gepflegt werden möchte. Nicht zuletzt aus diesem Grund empfehle ich das NDS allen jungen Hotelführungskräften.



Verena Kern
Direktorin Lady's First
www.ladysfirst.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Das Geheimnis des
Erfolges ist, den
Standpunkt des anderen
zu verstehen»

Henry Ford

AGENDA

23. JULI

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

18. AUGUST

«Hotelbewertung richtig nutzen, BASIC», von hotelleriesuisse, im Hotel Glockenhof, in Zürich
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

20. AUGUST

«Turning Lookers into Bookers Teil 1: Mehr Direktbuchungen bekommen», von hotelleriesuisse, im Romantikhôtel Stern, in Chur
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

3. SEPTEMBER

«Microsoft Office 2010 Kompakt», vom Berufsverband Hotel-Administration · Management, im Richemont-Kompetenzzentrum, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

3. SEPTEMBER

«Bio-Forum 2014», vom Berufsverband SBKPV und der Agrano AG, in Allschwil
www.hotelgastrounion.ch

7.-10. SEPTEMBER

Kreativ-Wettbewerb «Tavola Creativa», vom Berufsverband Restauration, anlässlich der Fachmesse ZAGG, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

Schweizer Hotel-Datenbank www.swisshoteldata.ch

Das umfassende Hotelverzeichnis
der Schweizer Hotellerie

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

«Profil» gibt wöchentlich Tipps, damit noch mehr Unfälle am Arbeitsplatz vermieden werden können.

Sicherheitsgerechtes Verhalten (Teil 2) Gefährdung:

- Jede mögliche Gefährdungssituation aufgrund von:
- sicherheitswidrigem Verhalten
 - mangelnder Instruktion und Motivation zu sicherheitsgerechtem Verhalten
 - mangelnder Kontrollen
 - Unterschätzen der Gefährdung
 - Überschätzen der eigenen Fähigkeiten
 - Gleichgültigkeit
 - Über- und Unterforderung

Mögliche Sicherung:

- Bereiche festlegen, in denen persönliche Schutzausrüstungen (Handschuhe, Feinstaubmasken, Schutzhüte) zu tragen sind.
- Schutzeinrichtungen dürfen weder entfernt, überbrückt, noch geändert werden. Mängel sind dem Vorgesetzten zu melden und so schnell als möglich zu beheben.

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

SMALLTALK – MEHR ALS BLOSS EINE PLAUDEREI

Oft wird Smalltalk als banale Plauderei belächelt. Dabei kann das «kleine, kurze Gespräch» helfen, Kontakte zu knüpfen, Goodwill zu schaffen und Türen zu öffnen – wenn man weiss, wie es geht und ein paar Regeln beachtet.

Egal ob in der Klasse, im Betrieb oder auf einer Party, für die meisten Menschen ist es unangenehm, als der/die Neue zu einer Gruppe zu stossen und locker mit fremden Menschen zu sprechen. Sie fühlen sich gehemmt und wissen nicht, was sie sagen sollen. Die Kommunikationsform Smalltalk ist der perfekte Eisbrecher. Sie hilft, freundlich und unverbindlich mit anderen in Beziehung zu treten und sich gegenseitig zu beschnuppern. Mit Smalltalk verschafft man sich eine erste Kontaktbasis, die es erlaubt, eigene Ziele zu verfolgen; Stichwort Networking. Wer sich sicher und elegant durch ein solches Gespräch bewegen möchte, sollte ein paar Regeln beachten.

TIPPS ZUM SMALLTALK

- Wer sich zu einer Gruppe oder zu einer Einzelperson gesellt, grüsst als Erster und stellt sich kurz vor: Name, Firma, Funktion bei beruflichen Anlässen; Name und Grund des Dortseins bei privaten Anlässen. Zum Beispiel: «Hallo, ich bin Monika, eine Jugendfreundin der Braut.»
- Reden Sie klar, deutlich und gut hörbar, aber nicht zu laut.
- Setzen Sie das persönliche «Du» und das distanzierte «Sie» bewusst ein, wenn Sie neue Leute kennen lernen.
- Zum Smalltalk gehört eine gesunde Portion unaufdringliche Neugier. Stellen Sie Fragen, zeigen Sie Interesse und bitten Sie gegebenenfalls auch um Rat. Beispielsweise: «Ich

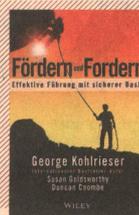
kenne mich in der Region noch nicht so gut aus. Haben Sie einen Tipp für mich, wo man gut essen kann?» Durch die Antworten lernen Sie den Sprecher besser kennen, erfahren etwas über seine Präferenzen und können das Gesagte zum Weiterspinnen des Gesprächsfadens nutzen.

- Lassen Sie Ihr Gegenüber ausreden. Hören Sie aktiv zu und gehen Sie auf das Gesagte ein.
- Erzählen Sie selbst etwas Kurzes über sich; niemand will nur ausgefragt werden.
- Halten Sie Blickkontakt und achten Sie darauf, wie auf Ihre Worte reagiert wird.
- Meiden Sie negative Aussagen und kontroverse Themen, die eine grössere Meinungsverschiedenheit auslösen könnten.
- Fragen Sie lieber nach Befindlichkeit oder Vorlieben des Gesprächspartners, allerdings ohne allzu persönlich zu werden. «Wie gefällt Ihnen der Anlass?», «Wie lange arbeiten Sie schon hier?», «Welche Art Filme gefallen Ihnen?»
- Halten Sie das Gespräch in Fluss, indem Sie darauf achten, keine Fragen zu stellen, die mit Ja oder Nein zu beantworten sind.
- Seien Sie selbstbewusst. Bedenken Sie, dass Sie mit Ihren Aussagen Ihr Image prägen.
- Prahlten Sie nicht. Das wirkt unsympathisch und schwächt Ihre Glaubwürdigkeit.
- Halten Sie den Gesprächspartner nicht zu lange auf, schliesslich macht man Smalltalk. Bedanken Sie sich für das Gespräch und tauschen Sie gegebenenfalls Adressen aus, um den Kontakt später zu vertiefen. Riccarda Frei

BUCHTIPP

FÖRDERN UND FORDERN

«Werden Sie zu einer grossartigen Führungskraft und entfesseln Sie das eigene besondere Potenzial sowie das Ihrer Leute und des Unternehmens!» – Mit diesem zugegebenermassen etwas reisserischen Aufruf leiten die Autoren George Kohlireser, Susan Goldsworthy und Duncan Coombe ins Thema ihres Buches «Fördern und Fordern – Effektive Führung mit sicherer Basis» ein. In ihrem 340 Seiten umfassenden Leitfadens verbindet das Autorenteam den Aspekt von «sich kümmern» mit dem Aspekt von «etwas wagen». Leicht verständlich und gut nachvollziehbar erklären die Autoren, wie man es als Führungskraft schafft, Vertrauen im und zum Unternehmen aufzubauen, Mitarbeiter*innen zu verringern, das Risiko im Rahmen zu halten und die Leistungen und den Erfolg zu steigern, ohne sich selbst dabei zu verlieren. Sie motivieren den Leser immer wieder dazu, sich und sein Verhalten zu hinterfragen und plädieren für mehr Menschlichkeit in Organisationen. Letzteres nicht aus Gutmenschen, sondern weil gute Mitarbeitende die Basis für den Erfolg eines Unternehmens sind.



«Fördern und Fordern – Effektive Führung mit sicherer Basis»

Wiley-VCH Verlag von George Kohlireser, Susan Goldsworthy und Duncan Coombe

ISBN 978-3-527-50755-9 CHF 37.90

hoteljob.ch ist mehr als nur eine Stellenplattform!



Kurse
Berufsportraits
Lehrstellen
Jobangebote
Ratgeber
Veranstaltungen
Praktikumstellen
Bewerberdossiers

«Das Geheimnis des Erfolges ist den zu verstehen»

hoteljob.ch

Attraktive Kaderposition

Ein echtes Highlight ist die beeindruckende Innenarchitektur des hervorragend geführten Spitzenbetriebes! Ausgezeichnete Restaurants und F & B Outlets auf Gourmetstufe mit höheren Gastronomiequalifikationen, modernste High Tech-Küche mit Tageslicht, sowie eine professionelle Seminar-Infrastruktur verhelfen dem bekannten First Class Superior-Hotel zu einem klaren Vorsprung auf die Wettbewerber.

Dies an besonders schöner Lage in einer exklusiven, international bekannten Deutschschweizer Premium Lifestyle-Resort Destination unweit grösserer Zentren. Zürichs Stadtgrenze ist gerade mal gut 130 km entfernt. Engagierte Chefs brennen darauf in Sachen Weiterentwicklung, Qualitätssicherung und Schaffung eines einzigartigen Angebots Massstäbe zu setzen. In Sachen Führung und Kalkulation sind Sie sattefest!

Küchenschef/in

für die Leitung einer professionellen mittelgrossen Crew

Kulinarik: Marktfrisch, innovativ sowie eine gelungene Kombination aus internationaler und attraktiver CH-Küche. Verbunden mit saisonalen & regionalen Spezialitäten sowie mediterranen Einflüssen ergibt sich eine einzigartige Vielfalt. Der punktuelle persönliche Kontakt zum Gast liegt Ihnen am Herzen. Den exzellenten gastronomischen Ruf des Hauses sichern Sie durch 1A-Produkte und ausgesuchte Köstlichkeiten.

Kreative Hands-on Chefs de Cuisine oder starke Executive Sous-chefs mit entsprechenden Leistungsausweisen sind herzlich willkommen im Hotel-Unternehmen der Extraklasse welches regelmässig Höchstnoten in den Gästebewertungen erlangt. Eintritt: Mitte November oder auch anfangs Dezember. Interesse? Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen. Idealerweise vorab CV/Foto elektronisch einsenden oder ganz einfach anrufen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 109 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

32808-1125

Erstklassige Adresse. Weltbekannter Ort. Lifestyle.

Ein beliebtes, sehr gepflegtes Hotel der Kategorie gehobene Mittelklasse mit perfekter Infrastruktur wartet auf seine neue Chefin; auf seinen neuen Chef. Es darf selbstverständlich auch ein Gastgeberpaar/-duo oder z.B. eine jüngere Familie mit Kindern sein. Rund 70 attraktive Zimmer und Familiensuiten, eine **Wellness-Oase** mit Innen- und Außenwhirlpool, zwei schöne, grosszügige Seminarräume plus mehrere Gruppenräume und ein à la carte Restaurant mit Sonnenterrasse fügen sich zu einem harmonischen Ganzen zusammen.

Grosser Umschwung, traumhafte Lage, fantastische Aussicht – Gäste sprechen vom schönsten gelegenen Hotel der Region – absolut ruhig ausserhalb des Rummels, gleichwohl nur einen Katzensprung ins Zentrum der weltbekanntesten Lifestyle-Premium CH-Resort-Destination. Idealprofil: Organisationsstarke, selbständige **Gastgeberpersönlichkeiten** mit unternehmerischer Grundhaltung, Verkaufs- & Marketingflair, Know-how im Bereich Auslastungs-Management, Affinität zur New Media und zur Schaffung einer Wohlfühlumgebung sind weitere optimale Voraussetzungen.

Hoteldirektor w/m

eines ganz besonderen Hauses mit der persönlichen Note

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. Führungserfahrung, der Wunsch selber mit Hand anlegen und nah beim Gast sein zu wollen sowie die Fähigkeit sich lokal und überregional bestens zu vernetzen bringen Sie mit.

Aktuelle schweizerische Resorhotellerie-Erfahrung ist von grossem Vorteil. Eine komfortable 3-Ziwo auf dem Areal kann zu äusserst vorteilhaften Bedingungen gemietet werden. Über die weiteren **Vorteile und Zukunftspläne**, die mit dieser Executive-Position verbunden sind, informieren wir Sie gerne persönlich/vertraulich! Flexibler Eintritt z.B. auf Sept./Okt. oder Nov./Dez. bzw. auch später je nach Ihrer Verfügbarkeit. Interessiert? Dann 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. 109 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

32801-1120

**Stadt
Luzern**
Personal

Im **Betagtenzentrum Eichhof**, einer Institution der Dienstabteilung Heime und Alterssiedlungen der Stadt Luzern, finden rund 300 Bewohnerinnen und Bewohner ein Daheim. Der Bereich Küche und Produktion mit zirka 35 Mitarbeitenden stellt das Angebot für unsere Bewohner/innen und externen Gäste sicher, beliefert alle Betagtenzentren der Stadt Luzern und führt einen eigenen Cateringbetrieb.

Zur Leitung des Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n engagierte/n, fachlich erfahrene/n und verantwortungsbewusste/n

Küchenschefin/-chef

Pensum 80–100%

Ihr Aufgabengebiet umfasst im Wesentlichen:

- Organisatorische, fachliche und personelle Führung des Bereichs Küche, Einkauf, Lager und Produktion
- Verantwortlich für einwandfrei funktionierende Abläufe und Sicherstellung einer hohen Qualität der Dienstleistungen des Bereichs
- Sicherstellung des Einhaltens von Hygienevorschriften gemäss der gesetzlichen Grundlagen sowie deren Durchsetzung (HACCP-Richtlinien)
- Ausbildungsverantwortung für Lernende im Bereich Küche
- Budgetverantwortung im Bereich Küche

Für diese Kaderstelle wenden wir uns an erfahrene Führungskräfte aus der Gemeinschafts-, Seminar- oder Kongressgastronomie, vorzugsweise mit betriebswirtschaftlichem Zusatz. Als ideale Kandidatin/idealer Kandidat erfüllen Sie folgende Erwartungen:

- Eidg. Fachausweis als Koch/Köchin der Spital-, Heim- oder Gemeinschaftsgastronomie
- Weiterbildung in den Bereichen Führung, Hygiene, Arbeitssicherheit, von Vorteil eidg. dipl. Küchenschef/in
- Fundierte Berufserfahrung und mehrjährige Führungserfahrung
- Hohe Dienstleistungs- und Kundenorientierung
- Selbstständiges Arbeiten, organisatorisches Geschick
- Kreativität und Flexibilität in der Angebotsgestaltung
- Freude am Umgang mit betagten Menschen

Sie erwartet eine anspruchsvolle Aufgabe in einem eingespielten Team mit der Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen, den Bereich Küche und Produktion zu gestalten und sich als Führungsperson zu entwickeln. Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Frau Doreen Teichert, Leiterin Hotellerie, Tel. 041 319 71 05.

Ihre vollständige Bewerbung senden Sie bitte bis am 15. Juli 2014 an:
Stadt Luzern, Personal, Referenz-Nr.: 461
Hirschengraben 17, 6002 Luzern, oder bewerben Sie sich online.

32791-1125



Suite à départ du titulaire,
Nyon Région Tourisme

cherche son / sa futur(e)

Directeur / Directrice

Nyon Région Tourisme est une association qui a pour but d'élaborer et de mettre en œuvre la politique de marketing touristique de la Région du district de Nyon.

Principales activités:

- diriger l'Office du tourisme régional dont le siège est à Nyon, ses différents bureaux d'information touristique et son personnel;
- proposer au Comité de l'association une politique touristique pour la Région et l'appliquer dans le cadre du budget alloué;
- promouvoir l'offre touristique sur les marchés appropriés et contribuer au développement économique et culturel de la Région;
- assurer l'accueil, l'information et l'assistance touristique aux hôtes de la Région;
- coordonner les actions de marketing et de communication avec l'ensemble des acteurs locaux.

Profil souhaité:

- formation supérieure en tourisme (diplôme de gestionnaire en tourisme ou équivalent)
- expérience confirmée dans ce secteur d'activités
- personnalité affirmée, dotée d'entregent, d'une excellente capacité d'écoute et d'une grande disponibilité
- maîtrise du français, de l'allemand et de l'anglais
- nationalité suisse ou permis C

La connaissance du tissu économique, touristique et politique de la région est un atout à faire valoir.

Entrée en fonction le **1^{er} octobre 2014** ou à convenir.

Dossier complet avec références et photo à adresser, **jusqu'au 20 juillet 2014**, par courrier électronique à M. François Bryand, Président: fb.expertises@bluewin.ch.

32792-1125



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



GASTROJOB.ch

fb.JROB.ch/allejobs



Die Stellenplattform
für Hotellerie,
Gastronomie und
Tourismus

**JETZT
BUCHEN**



Stadt Winterthur

Der Bereich **Alter und Pflege** der Stadt Winterthur bietet in den fünf Alterszentren sowie mit der Spitex ein vielfältiges Dienstleistungsangebot vor allem für ältere Menschen an.

Für das **Alterszentrum Neumarkt** suchen wir per 1. Oktober 2014 oder nach Vereinbarung eine/n

Gruppenleiter/in Küche (100%)

Jedes unserer Alterszentren verfügt über eine eigene Küche, in der die Mahlzeiten der Bewohnerinnen und Bewohner täglich frisch produziert werden. In den angegliederten öffentlichen Restaurants geniessen aber auch auswärtige Gäste und die Mitarbeitenden das vielfältige Angebot an warmen und kalten Speisen. Das Restaurant im Alterszentrum Neumarkt wird durch die Brühgutstiftung geführt.

So gestaltet sich Ihr Aufgabengebiet

- Sie sind verantwortlich für die Küche im Alterszentrum Neumarkt mit rund 70 Mahlzeiten pro Tag
- Sie planen, führen und unterstützen ein engagiertes und eingespieltes Team von rund 10 Mitarbeitenden inklusive Lernende
- Sie stellen den hohen Qualitäts- und Hygienestandard sicher
- Sie sind für die Sach- und Personalkosten in Ihrem Bereich verantwortlich
- Sie überprüfen und verbessern laufend die Prozesse in der Verpflegung
- Sie arbeiten eng mit dem Teamleiter Restaurants der Brühgutstiftung zusammen
- Sie rekrutieren, beurteilen und fördern ihre Mitarbeitenden

Dadurch zeichnen Sie sich aus

- Sie verfügen über einen Abschluss als Chefkoch FA oder einer gleichwertigen Ausbildung
- Sie konnten bereits einige Erfahrung in ähnlichen Positionen als Führungsperson sammeln
- Sie zeichnen sich durch Selbstständigkeit, Organisationstalent, Verantwortungsbewusstsein, hoher Sozialkompetenz, Team- und Konfliktfähigkeit aus
- Sie haben sich Kenntnisse betreffend Ernährung für älteren Menschen angeeignet und setzen diese auch gerne ein
- Sie sind vernetztes Arbeiten gewohnt (z.B. mit Betreuung und Pflege, Infrastruktur usw.) zusammen und pflegen einen ganzheitlichen Ansatz
- Sie haben Interesse an der Zusammenarbeit mit Menschen mit Beeinträchtigung
- Sie besitzen sehr gute EDV-Kenntnisse (Word, Excel, Outlook, elektronisches Mahlzeitenbestellsystem)

Was wir Ihnen bieten

- Spannende, interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit
- Ein Arbeitsumfeld, in dem Eigenverantwortung und emotionale Intelligenz gefragt sind
- Eine attraktive Arbeitgeberin mit zeitgemässen Anstellungsbedingungen
- Wir sind zentral gelegen und gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar

Für Auskünfte oder Rückfragen steht Ihnen die Leiterin Gastronomie Barbara Winter per Telefon 052 267 38 88 oder E-Mail: barbara.winter@win.ch gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns Sie kennen zu lernen. Ihre schriftlichen Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an:

Departement Soziales
Alter und Pflege / Personalwesen
Peter Molnar
Stadlerstrasse 162
8404 Winterthur
Tel. 052 267 34 20
peter.molnar@win.ch
www.jobs.winterthur.ch

Ahaan Thai

THAI STYLE

Wir suchen ab der kommenden Wintersaison 2014/2015 folgende qualifizierte Mitarbeitende zur Betreuung unserer anspruchsvollen Gäste aus aller Welt.

Spezialitätenköche für unser Restaurant Ahaan Thai

Anforderung:
– Gault Millau u./o. Michelin-Erfahrung in thailändischem Restaurant

Bewerbungen an Frau Claudia Muschalik / jobs@arosakulm.ch



AROSA KULM HOTEL & ALPIN SPA
Innere Poststrasse · CH-7050 Arosa
Fon +41 (0)81 378 88 - 07 · Fax - 89
jobs@arosakulm.ch www.arosakulm.ch

32306-11202

www.Mietkoch-Schweiz.ch

Der Mietkoch an Ihrer Seite

Sie brauchen dringend kurzfristig Hilfe!
Einen Postenchef, Alleinkoch, Küchenchef?
Weitere Infos unter www.mietkoch-schweiz.ch

32810-11265

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

**HOTELLERIE“
GASTRONOMIE ZEITUNG**

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

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

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

LEITUNG
Barbara König / Philipp Bitzer

REDAKTION
Barbara König, Telefon 031 370 42 59
Mario Gsell, Telefon 041 418 24 57

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

Für die Abteilung **Gastronomie Küchen** suchen wir per 1.9.2014 oder nach Vereinbarung eine/n

Diätkoch/Diätköchin (40-60%)

Ihre Hauptaufgaben

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

Ihr Profil

- Ausbildung als Diätkoch/Diätköchin mit eidg. Fähigkeitsausweis
- Idealtalter zwischen 35-40 Jahre
- Einige Jahre Berufserfahrung
- Gute Hand- und Fingerfähigkeit
- PC Kenntnisse
- Selbstständiges Arbeiten, Zuverlässigkeit und Flexibilität
- Teamfähigkeit und Hilfsbereitschaft
- Gute Umgangsformen

Unser Angebot

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

Wenn Sie langfristig als Diätkoch/Diätköchin arbeiten möchten und Kochen Ihre Leidenschaft ist, sind Sie bei uns genau richtig. Wir freuen uns sehr auf Ihre Bewerbung.

Ihre vollständigen Unterlagen senden Sie bitte vorzugsweise per Email an:

wilkommen@usz.ch, Frau Tanja Bucher

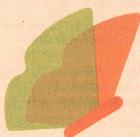
oder per Post an:
UniversitätsSpital Zürich, Human Resources Management, Frau Tanja Bucher, Schmelzbergstrasse 24, 8091 Zürich.



UniversitätsSpital
Zürich

www.usz.ch

32773-11200



DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

Schenken Sie Ferien.

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



PC 40-1855-4
www.denkanmich.ch



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

SCHRITT FÜR SCHRITT ZUR NACHHALTIGKEIT

Die Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung in der Hotellerie. Der Bericht «Nachhaltigkeit in der Hotellerie» von hotelleriesuisse zeigt auf, wie die Umsetzung mit kleinen Schritten gelingt.

Der Bericht «Nachhaltigkeit in der Hotellerie» wurde in Zusammenarbeit mit dem Forschungs- und Beratungsbüro INFRAS veröffentlicht und von Innoutour finanziell unterstützt. Er legt erstmals umfassend dar, wo die Hotellerie im Bereich Nachhaltigkeit steht und wie sie sich in den vergangenen Jahren entwickelt hat. Mobilität und Beschaffung sind dabei zentrale Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung in der Hotellerie, weshalb ihnen in diesem ersten Monitoringbericht ein besonderer Platz eingeräumt wird. Im Bereich Mobilität lässt sich bei den Gästen im Inland und vor Ort am einfachsten Einfluss nehmen. Zudem kann dem Gast dadurch ein Mehrwert geboten werden. So können die Gäste z. B. proaktiv über die ÖV-Verbindungen informiert werden und es können Shuttlebus-Dienste und Gepäcktransporte

organisiert werden. Vielerorts wird der öffentliche Verkehr auf Destinationsebene kostenlos angeboten. In der Sommerdestination Adelboden-Frutigen steht den Gästen der Wanderpass zur Verfügung. Dieser beinhaltet die freie Fahrt mit den Bergbahnen sowie dem Innerortsbus. Das Hotel Adler Adelboden bietet seinen Sommergästen den Wanderpass an. «Unsere Gäste parkieren ihr Auto zu Beginn ihrer Ferien in unserer Parkgarage und brauchen es danach während der ganzen Ferien nicht mehr», freut sich Gastgeber Lothar Loretan. Auch in der Beschaffung lässt sich mit einfachen Mitteln eine grosse Wirkung erzielen. Der Kauf von regionalen Nahrungsmitteln trägt nebenbei auch zur regionalen Wertschöpfung bei. Mit Bio- und Fairtrade-Produkten lässt sich das Engagement zudem gut kommunizieren. So hat der Verein Zürcher Hoteliers das Projekt «Frühstück regional und fair» ins Leben gerufen. Für die Frischeprodukte sind die teilnehmenden Hotels eine Kooperation mit «natürli zürcherland ag» eingegangen. Kaffee, Tee, Trinkschokolade, exotische Früchte und Säfte werden vom bekannten Gütesiegel Max

Havelaar angeboten. Jörg Arnold, Gastgeber im Hotel Storchen, freut sich, dass das Frühstück bei den Gästen wahrgenommen wird und sehr gut ankommt. Der Gast reagiert speziell beim Frühstück sehr affin auf regionale Produkte. Der Energiebereich bietet Möglichkeiten, um die Umwelt zu schonen und dabei Geld zu sparen: Viele Hotels achten bereits auf den Kauf von energieeffizienten oder wassersparenden Geräten. Mit Geräten, die den Standby-Verlust minimieren, lässt sich der Effekt verstärken. Den Bericht «Nachhaltigkeit in der Hotellerie» und damit weitere Handlungsempfehlungen und Praxisbeispiele finden Sie online unter www.hotelleriesuisse.ch/nachhaltigkeit



KEYSTONE



Sandra Schürmann
 Projektleiterin Wirtschaftspolitik
www.hotelleriesuisse.ch

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

Projekt-Finanzierung

ab 10 Mio.

Tel. Info 076 772 96 92

30205-11216

Hotel mit 50 Zimmern wegen Ende Vermietung auf Frühjahr 2015 zu vermieten
 Wird dem Gäste-Konzept entsprechend renoviert.
 Anfragen an: urs.schoepfer@ebwag.ch

30792-11257

Gastroconsult

UNTERNEHMENSBERATUNG FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Sind Sie auf der Suche nach einer passenden Investition und einer neuen Herausforderung?

Im Auftrag unseres Kunden verkaufen wir per Frühjahr 2015 das

Hotel Restaurant Bären, 5242 Birm

Der Betrieb in ruhiger Wohnlage ist aufgrund seiner Gastronomieleistungen und dem gut ausgelasteten Hotel stark nachgefragt.

Wir suchen eine engagierte Käuferschaft für den weiteren Auf- und Ausbau des erfolgreich positionierten Unternehmens.

Räumlichkeiten:
 Restaurant/Kunststube 87 Sitzplätze
 Bankett 120 Sitzplätze
 Bar/Tagessrestaurant 50 Sitzplätze
 Seminarraum 10-30 Sitzplätze
 Parkplätze 42
 Hotelzimmer 35

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Gerne senden wir Ihnen die Verkaufsdokumentation.

Gastroconsult AG
 Unternehmensberatung / Fritz Rohrer
 Standstrasse 8 / Postfach / 3000 Bern 22
 031 340 66 30 / fritz.rohrer@gastroconsult.ch
www.gastroconsult.ch

30640-11235

Sind Sie innovativ, voller Ideen und können Sie mit einem Holzofen sehr gute Pizza backen? Möchten Sie selbständig Ihr eigenes Restaurant führen?

Attraktive Pizzeria mit einem neuen Holzofen

direkt im Dorfzentrum von 6182 Escholzmatt (Entlebuch), bei der Kirche und dem Gemeindehaus, zum 15.07.2014 oder nach Absprache zu verpachten. Das Restaurant wurde im Januar / Februar 2014 komplett umgebaut. Es hat 60 Plätze im Restaurant und 40 Plätze auf der Terrasse davor, direkt an der Dorfstrasse.

Eine 4 Zimmerwohnung im Haus kann, bei Bedarf, mitgemietet werden.

Pacht CHF 2.500 Wohnung CHF 1.200
 NK Vorauszahlung CHF 300 NK Vorauszahlung CHF 150

Info: Michael Wittwer, tel. 076 565 0554 oder www.newhome.ch - Mieten - Gewerbe - 6182 Escholzmatt

30200-11200

HESSER

Unternehmensberatung für Hotellerie & Restauration

Wir verkaufen ein neueres, attraktives 4-Sterne-Ferienhotel zu einem sehr interessanten Preis

Das Hotel ist in einem sehr bekannten Ferienort im Berner Oberland – einwandfreier baulicher Zustand. 120 Betten, Restaurant, Bar, Wellness-Oase, 70 PP, Wohnung und liegt an bester Lage an Ort. Die Bettenauslastung beträgt 78%, nur Individualgäste. Wenn Sie unser Angebot interessiert, erwarten wir gerne Ihre Kontaktaufnahme

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

30796-11256



Für einen Mandanten suchen wir (provisionsfrei)

eine Liegenschaft

(Halle o. ä.), 800 bis 1200 m², zu mieten oder zu kaufen für den Zweck Event-/Club-Location. Bevorzugt Nähe Autobahn, ausserhalb Wohngebiet. Raumhöhe mindestens 4,5 m.

Angebote schriftlich an:
 MF² consulting GmbH
 Unterer Kapf 576, 9405 Wienacht-Tobel

30350-11243

Berghaus Bärtschi, Adelboden PÄCHTER GESUCHT!



Betrieb: Sommer- und Winterbetrieb. Grösse: 9 Zimmer (3 Einzel- und 6 Doppelzimmer), 4 Massenlager (50 Personen), 100 Plätze Restaurant, 70 Plätze Sonnenterrasse.

Pieren + Co. AG, Martina Wenger
 Dorfstrasse 42, 3715 Adelboden
 Tel. 033 673 73 82, immo@pieren.com

30204-1186

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

htr hotel revue