

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 32

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>



Milestone '14

Der Countdown läuft: Am 29. August ist Eingabeschluss der Projekte für den bedeutendsten Tourismuspreis der Schweiz.
www.htr-milestone.ch

Im Juni

ist die Zahl der Logiernächte leicht zurückgegangen. Die Bilanz für das erste Halbjahr ist knapp befriedigend.

Seite 4

In Genf

verstärken Fluggesellschaften der Golfstaaten ihre Präsenz. Emirates setzt grössere Flugzeuge für Flüge nach Genf ein.

Seite 10

In Ruanda

hat der Schweizer Christoph Strahm die Leitung des Hôtel des Mille Collines übernommen. Es gehört ab sofort zur Kempinski-Gruppe.

Seite 17

Inhalt

Table with 2 columns: Content, Page numbers. Includes 'aktuell', 'people', 'cahier français', 'fokus', 'caterer & service', 'dolce vita'.

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français

Masseneinwanderungsinitiative und Arbeitsmarkt

Inland im Fokus

Die Schweiz muss ihr Arbeitskräftepotenzial besser nutzen. Ein sehr schwieriges Unterfangen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative wird ab 2017 den gastgewerblichen Arbeitsmarkt umkrempeln. Denn für diesen sind die Arbeitskräfte aus dem EU-Raum zentral: Die Zuwanderung betrug in den letzten zehn Jahren je nach Beruf bis zum Dreifachen des Schweizer Durchschnitts. Wie der Bund die Initiative letzt-

lich auch umsetzt, klar ist heute schon, dass der inländische Arbeitsmarkt an Bedeutung gewinnen wird. Der Bund wird mit der Fachkräfteninitiative inländische Arbeitskräfte mobilisieren, eine zentrale Rolle kommt der Bildung zu. Mit einem Sechspunkteplan will das SBF den Mangel begegnen. Doch das Engagement braucht Zeit. «Die Fachkräfteninitiative ist keine Lösung für alles», betont Maya Rolewicz vom Seco. Auch keine Lösung für die je nach Kontingentierungsauslegung im Gastgewerbe wegbrechenden Hilfskräfte aus Südeuropa, welche kaum durch Schweizer ersetzt werden. Doch allen Unkenrufen zum Trotz: Der Schweizer Anteil bei den Erwerbstätigen ist seit 2002 sogar gestiegen.

Seite 11 bis 13

Kommentar

Sommer 2014: Wie das Wetter so auch die Stimmungslage



GERY NIEVERGELT

Der Sommer in der Schweiz dümpelt vor sich hin, Tourismusorganisationen und Hoteliers empfehlen Schlechtwetterprogramme, und so passt ins Bild, dass die diese Woche veröffentlichten Logiernächtezahlen fürs erste Halbjahr nicht berauschend sind. Bedenklich, dass aller Marketing-Offensiven zum Trotz die Deutschen noch weniger Lust verspüren, in der teuren Schweiz Urlaub zu machen. Schade, aber nachvollziehbar, dass nun auch immer mehr Gäste aus Russland ausbleiben. Düster präsentiert sich die Zwischenbilanz vor allem im Kanton Tessin.

Gewiss, noch ist die Sommersaison nicht verloren, die Prognosen fürs zweite Halbjahr sind verhalten optimistisch. Aber gerade das Verhalten scheint mir derzeit bezeichnend für dieses Land. Nicht zuletzt als Folge der angenehmen Initiative zur Masseneinwanderung, die sich ohne enorme Nachteile schlicht nicht umsetzen lässt, hat sich eine gewisse Ratlosigkeit eingeschlichen, ein betont vorsichtiges Abwarten.

Während eines von mir besuchten Events zum 1. August machte ein netter Deutscher den umstehenden Schweizern aufrichtig Komplimente für ihr grossartiges Land. Doch diese, mit unübertrefflichem Understatement, zuckten bloss mit den Schultern und erklärten sich im Grunde für nicht zuständig.

So viel zur Stimmungslage im Sommer 2014. Nicht einmal der Nationalfeiertag setzt positive Energien frei.

Bücher-Schwerpunkt

Gezeichnete Kochkunst

Es sind Werke, die in der Abteilung für Comics richtig platziert sind, aber genauso gut im Ressort «Essen und Trinken» stehen können: Graphic Novels, die sich Küche, Kochen und Kulinarik widmen. Vermehrt erobern gezeichnete Kochkunst-Bücher die Gunst von Feinschmeckern und Comicfans - mit unterschiedlichem Anspruch. Das von Meisterzeichner Christophe Blain verfasste «In der Küche mit Alain Passard» über den französischen Sternekoch wartet mit ausgeklügelten Rezepten aus der Haute Cuisine auf. Das ausgezeichnete Buch «Die Ignoranten» von Etienne Davodeau wirft einen fesselnden Blick auf die Arbeit eines Winzers, während in Andy Fischlis «Ein Eingeklemmtes» die vergnüglichen Bildergeschichten eines kochenden Pechvogels im Vordergrund stehen.

Diese und noch mehr Comics-Kochbücher sind Teil des Bücher-Schwerpunktes im Ressort «dolce vita».

Seite 18 bis 20



Humoriger Blick auf die Branche (aus Longs «Kann denn Kochen Sünde sein?»). G. Long, Carlsen Verlag 2013

Zürich

Leichtathletik sorgt für volle Betten

Zu den Siegern der am 12. August startenden Leichtathletik-Europameisterschaften in Zürich gehört jetzt schon die Hotellerie. Athleten, Medienleute und ausländische Gäste sorgen für eine gute Auslastung. Einmalig ist der Event auch für den Sponsor ZVf. mu/dst

Seite 2

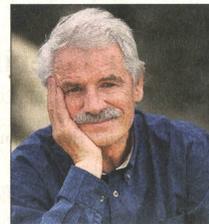
Film «Die Schweiz von oben»

Betörende Bilder

«Der Tourismus als solcher interessiert mich nicht», sagt Yann Arthus-Bertrand im Interview mit der htr hotel revue. Das hat den renommierten Fotografen nicht davon abgehalten, für die Schweiz-Tourismus-Kampagne zum Thema «Aussichten» einen Film zu drehen, der weltweit auf enormen Anklang stösst.

Die Bilder von «Die Schweiz von oben» haben die Menschen in der New Yorker «Grand Central Station» ebenso entzückt wie im Pariser Park La Villette, und zu erwarten ist, dass sie auch in Moskau oder in Südostasien ihre betörende Wirkung nicht verfehlen werden.

Seite 9



Der französische Fotograf Yann Arthus-Bertrand.

Täglich aktuell:

www.htr.ch

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



ANZEIGE



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

Kurt Baumgartner, Direktor
Hotel Belvedere, Scuol

SIMPLIFY YOUR BUSINESS.

Aus der Region

Bern

Gratis-Surfen nun auch im Bahnhof Bern



Wer sich registriert, kann im Berner Hauptbahnhof kostenlos im Internet surfen. Denn die SBB hat den Bahnhof mit **Gratis WLAN** ausgerüstet. Laut SBB ist der Bahnhof Bern rund der dreissigste Bahnhof in der Schweiz, in dem Reisende kostenlos eine Verbindung zum Internet aufbauen können. Bei der Registrierung werden Telefonnummer und Geräteadresse der Nutzer erfasst, aus gesetzlichen Gründen und im Einklang mit den Vorgaben des Datenschutzes.

Skywork erhält unbefristete Betriebsbewilligung



Das Bundesamt für Zivilluftfahrt hat der Berner Regionalfluggesellschaft **Skywork** eine unbefristete Betriebsbewilligung erteilt. Die dafür notwendigen Voraussetzungen seien wieder hergestellt. Skywork werde nach einem Wechsel der Führungsspitze und einer Anpassung des Geschäftsmodells weiter ab Bern fliegen. Im Juli hatte eine Gruppe aus Unternehmern und Firmen aus dem Grossraum Bern die Aktienmehrheit übernommen. Laut Martin Inäbitt, dem neuen starken Mann bei Skywork, befindet sich das Unternehmen wieder dort, wo es vor dem Einstieg von Daniel Borer war.



Zu den Gewinnern der Leichtathletik-Europameisterschaften gehört jetzt schon die Zürcher Hotellerie.

Run auf Hotelbetten

Fünf Tage vor der offiziellen Eröffnung der Leichtathletik-Europameisterschaften im Zürcher Letzigrund-Stadion laufen die Vorbereitungen auf Hochtouren. Die Hotelbuchungen entsprechen den Erwartungen.

MARKUS UNTERFINGER

Die logistischen Herausforderungen für den Grossevent in der Stadt Zürich sind enorm, und wie im Spitzensport üblich, fallen wichtige Entscheidungen im letzten Moment. So mussten die 50 nationalen Verbände erst letzten Sonntag die definitive Teilnehmerzahl dem lokalen Organisationskomitee, der Leichtathletik-EM 2014 AG, mitteilen. In einer Nachtübung wurde dann das Puzzle aus 50 Delegationen mit rund 1400 Athleten und 800 Betreuern auf die 12 Teamhotels verteilt, wie Beat

Bächler, Projektleiter Unterkunft von Switzerland Travel Center erklärt: «Die grösste Delegation stellt Deutschland mit 159 Athleten und Betreuern, die im Hilton Zurich Airport logieren werden.» Die zweitgrösste Delegation stellt Russland mit 130 Leuten. Die Schweizer Delegation mit 52 Athleten und Athletinnen sowie 24 Betreuern wird im Mövenpick Hotel Regensdorf absteigen. Exklusiv für die Leichtathletik-EM reserviert ist das NH Hotel in Glatbrugg, wo sieben kleinere Delegationen einquartiert sind. Den Hotels kommt bei der kurz-

fristigen Zuteilung entgegen, dass für alle Delegationen dieselben Speisezettel gelten. Die Ernährungspläne wurden im Vorfeld von Spezialisten zusammengestellt und orientieren sich an den Bedürfnissen der unterschiedlichen Sportler wie Hammerwerfer oder Langstreckenläufer. European Athletics, Veranstalter der Leichtathletik-EM, hat diese Menüpläne ohne Rücksicht auf nationale Spezialitäten oder Vorlieben genehmigt.

Hotelbuchungen entsprechen Erwartungen

Jörg Arnold, Präsident der Zürcher Hoteliers bestätigt, dass auch bei den Hotels in der Stadt Zürich die Auslastung durch ausländische Gäste und die rund 2000 Medienschaaffenden gut ist. Eine Woche vor Auftakt der Europameisterschaften ist sein eigener Betrieb deutlich besser ge-

bucht als letztes Jahr zur selben Zeit: «Unsere Auslastung für die EM-Woche ist zurzeit bei 82%.» Die Wochen vor und nach der EM

City Festival Faszination Leichtathletik auf spielerische Weise erleben

Dank einer raffinierten Spiegelinstallation kann jedermann selber zum Stabhochspringer werden oder in einem virtuellen Wettlauf auf dem Laufband gegen Usain Bolt sprinten. Im Mittelpunkt des City Festivals steht das House of Switzerland, das sonst nur bei globalen Grossereignissen im Ausland zu sehen ist. Es präsentiert Videoinstallationen, Ausstellungen und die Top-Events der Schweiz und verfügt über ein Restaurant mit Schweizer Gerichten. Im

House of Switzerland ist auch das Public Viewing der Europameisterschaften.

Jeden Abend um 22 und 23.15 Uhr wird die Fassade des Opernhauses in eine fantastische 3D-Projektion zum Thema «Athletik und Kunst» getaucht. Das Festival dauert vom 9. bis 17. August und ist unter der Woche von 11.30 Uhr bis Mitternacht offen. An den Wochenenden dauern die Veranstaltungen bis 01.30 Uhr.

www.zuerich2014.ch

ZFV Grosser Sponsoren-Auftritt

Als offizieller Catering- und Hotel-Partner verpflegt der ZFV während der Leichtathletik-EM täglich bis zu 30 000 Gäste, darunter 2500 freiwillige Helfer als Sponsor. Es ist eine der grössten Sponsoringaktivitäten in der ZFV-Geschichte. Bereits seit Montag und bis 18. August hat das Volunteer-Restaurant in der Mehrzweckhalle Hardau geöffnet. Hier werden beliebte Klassiker wie Gehacktes mit Hömlli, Gemüselasagne oder Zucchettipiccata mit Risotto für die Volunteers fertig gekocht und von 11 bis 24 Uhr ausgegeben.

«Die Verpflegung der Freiwilligen während der EM erreicht eine Dimension, die für einen Sportevent in der Schweiz einmalig ist», erklärt Andreas Hunziker, CEO des ZFV. Um schlagkräftig und flexibel zu sein, wurde die Organisation auf verschiedene Einheiten aufgeteilt. Für das Volunteer-Catering bereitet die Mensa der Universität Zürich die Gerichte vor, für die VIP-Lounge die Mensa der Universität Ircel und im Stadion ist die Stadiongastronomie Letzigrund des ZFV verantwortlich. Insgesamt sind rund 550 Mitarbeiter im Einsatz,

darunter auch externe von einem Personalvermittler. «An diesem Event können wir uns glaubwürdig als vielseitigen und professionellen Cateringpartner für Schweizer Grossveranstaltungen präsentieren», fasst Hunziker die Bedeutung dieses Sponsorings zusammen. Von der Bratwurst im Stadion bis zur Gourmetküche für spezielle VIP-Events deckt der ZFV alle Verpflegungsbedürfnisse ab. Auch sind die Sorell Hotels Switzerland, die vom ZFV betrieben werden, offizieller Hotel-Partner für die rund 400 freiwilligen Helfer aus dem Ausland.

Wir trauern um

Urs-Peter Geering

5. November 1944 bis 22. Juli 2014

Ehemaliger Besitzer und Hotelier Hotel Beau-Rivage Weggis

Nach kurzer, schwerer Krankheit ist unser Hotelierkollege, Freund und Mitglied Urs-Peter Geering am 22. Juli 2014 von uns gegangen.

Er war viele Jahre Präsident des Hoteliervereins Weggis, in Ausschüssen und Kommissionen des Schweizerischen Hoteliervereins, langjähriges Vorstandsmitglied des ehemaligen Kurvereins Weggis (heute Weggis Vitznau Tourismus) und Mitglied von Gastro Luzern, Amt Übersee.

Urs-Peter Geering hat unserer Branche und dem Tourismus in Weggis sehr viel gegeben. Sein unermüdlicher Einsatz in allen Gremien und Kommissionen wurde von uns allen sehr geschätzt. Er hat durch sein Wirken die Hotellerie und Gastronomie und den Tourismus ein grosses Stück weiter gebracht.

Wir alle sind dankbar, Urs-Peter kennengelernt und mit ihm gearbeitet zu haben. Unsere Gedanken sind bei den Angehörigen.

Hotelierverein Weggis Vitznau Rigi
Gastro Luzern, Amt Übersee
Weggis Vitznau Rigi Tourismus

Weggis, im Juli 2014

Ballenberg quo vadis?

Auch nach der Trennung von der Geschäftsführerin des Freilichtmuseums Ballenberg, Katrin Rieder, soll die eingeschlagene Strategie weiterverfolgt werden.

An der vor zwei Jahren festgelegten Strategie für das Freilichtmuseum Ballenberg oberhalb von Brienz werde nichts geändert, erklärt Marc A. Trauffer, zweiter Vi-

zpräsident der Ballenberg-Stiftung, gegenüber der htr. Dazu gehöre auch, dass weitere finanzielle Mittel nötig sind. Der Berner Ständerat Werner Luginbühl hatte eine Motion eingereicht, worin er einen «substanziell höheren Beitrag» des Bundes fordert. Der Ständerat hat Luginbühls Motion bereits gutgeheissen.

Einen Bericht im «Bund» vom Mittwoch, wonach zwei frühere Ballenberg-Geschäftsführer, Edwin Huwyler, und Marc A. Trauffers Onkel, Walter Trauffer, in

einem Schreiben an Katrin Rieder und Stiftungsrats-Präsident Yves Christen einen Wechsel an der Spitze des Ballenbergs herbeiwünschten, will Marc A. Trauffer nicht bestätigen. Und zur Trennung von der Geschäftsführerin Katrin Rieder ist ihm nichts zu entlocken. «Darüber ist Stillschweigen vereinbart worden.» Interimistisch werde die Abteilung Wissenschaft von Beatrice Tobler geführt, so Trauffer. Die Regelung einer definitiven Lösung sei zurzeit noch offen. ds



Ombudsman Franco V. Muff erhält deutlich mehr Reklamationen von Aufenthalten aus dem Ausland als aus der Schweiz.

Christoph Kuenzi

«Eskalationen vermeiden»

Wenn andere in die Ferien verreisen, stapelt sich bei Franco V. Muff die Arbeit. Beschwerden machen es dem Ombudsman der Schweizer Reisebranche nicht immer einfach, zu vermitteln.

MELANIE ROTH

Franco V. Muff, es ist Ferienzeit. Laufen bei Ihnen die Drähte heiss? Ja, momentan ist bei uns auf der Ombudsstelle natürlich Hochsaison. Allerdings treffen die Reklamationen sehr unregelmässig ein: An einem Tag klingelt das Telefon ununterbrochen, am nächsten ist es dann wieder ruhiger. Im Schnitt bearbeiten wir etwa sechs Beschwerden pro Tag.

Was ist denn der häufigste Grund, Sie zu kontaktieren? Es gibt nach wie vor eine statische Anzahl an Rückfragen vor Abreise, etwa weil jemand die AGBs nicht versteht oder Fragen zu Einreisebestimmungen hat. Zahlreiche Anfragen betreffen Buchungen von Flügen via Internet. Hier kann sich ein recht grosses Spektrum an Problemen manifestieren. Erfahrungsgemäss können wir in der zweiten Jahreshälfte dann mit mehr Reklamationen

rechnen, was die Leistungen in den Destinationen betrifft. Dabei geht es beispielsweise um Reinlichkeit, den Zustand von Hotelanlagen und deren Zimmer, die Mahlzeiten, Unzulänglichkeiten bei Rundreisen, fehlende Transfers oder Zusatzkosten bei Mietwagen. Auch nach der Reise stellen wir relativ viele Beschwerden wegen Flugbilletten fest, etwa wegen Gepäck, das am falschen Ort landete, oder verschobenen Flugzeiten.

Auch Hotelübernachtungen werden immer öfters selbstständig online gebucht. Gibt es auch da viele Reklamationen?

Nein, diesbezüglich erhalten wir kaum Rückmeldungen, vielleicht mal wegen einer Doppelbuchung oder Problemen bei Stornierungen. Hier stellt sich dann die Frage der Zuständigkeit, insbesondere bei Direktbuchungen auf einer ausländischen Website.

Zur Person Ein Profi der Reisebranche

Franco V. Muff (56) ist seit Anfang Jahr als Ombudsman der Schweizer Reisebranche tätig. Die Ombudsstelle wird seit 1990 eingesetzt und besteht heute aus einem Team von drei Personen, das bei Unstimmigkeiten zwischen Kunden und Schweizer Reiseunternehmer vermittelt. Muff ist seit 1976 in der Reisebranche tätig, lernte die verschiedensten Bereiche kennen und verbrachte die meiste Zeit im Verkauf im Reisebüro. Während sieben Jahren leitete er den Kundendienst von Hotelplan Suisse. Muff ist verheiratet und Vater einer Tochter. Er ist begeistert vom Reisen, treibt gerne Sport und singt in einem Chor. mr

Macht das Internet Ihnen die Arbeit grundsätzlich schwerer, weil es schwierig ist, Ansprechpersonen ausfindig zu machen? Ja, das könnte man durchaus so sagen. Bei Rückfragen muss man an die involvierte Stelle im Sinne von «to whom it may concern» schreiben, und wenn man Pech hat, erhält man dann eine Antwort ohne Namen und ohne Telefonnummer für eine direkte Kontaktaufnahme. Noch schlimmer wird es, wenn man eine Mail erhält, die keine Beantwortung zulässt, dann muss man wieder auf einem Formular antworten.

Haben mit den Onlinebuchungen die Beschwerden in den letzten Jahren zugenommen?

Es gibt einzelne Schwankungen, in Zusammenhang mit dem Kauf von Flugbilletten können wir einen Zuwachs ausmachen. Gesamthaft blieben die Beschwerden aber immer etwa im ähnlichen Rahmen. Im letzten Jahr haben wir 1629 Fälle bearbeitet. Wenn es in diesem Jahr so weitergeht wie bisher, werden es am Ende mehr sein.

«Erfahrungsgemäss können wir in der zweiten Jahreshälfte mit mehr Reklamationen rechnen.»

Franco V. Muff
Ombudsman Schweizer Reisebranche

Erhalten Sie viele Reklamationen, die Aufenthalte in der Schweiz betreffen? Nein, das ist selten ein Thema.

Bedeutet das, dass es in der Schweiz keine Probleme gibt?

Nein, das bestimmt nicht. Aus eigener Erfahrung könnte ich einige Beispiele nennen, die eine Reklamation rechtfertigen würden. Wenn wir aber davon ausgehen, dass ein Grossteil der Buchungen für Ferien im Inland durch die Reisenden direkt, also nicht über einen Anbieter, getätigt wird, so ist es auch klar, dass die Reklamationen direkt mit dem Hotelier besprochen und wir selten involviert werden.

Was raten Sie Hoteliers im Umgang mit unzufriedenen Gästen, die hartnäckig bleiben?

Generell ist immer anzustreben, während des Aufenthalts eine Lösung zu finden. Auch ist es wichtig, Eskalationen zu vermeiden, da diese möglicherweise andere Gäste beeinträchtigen oder beeinflussen könnten. Eine spontane, vielleicht auch einmal grosszügige Geste zu zeigen, scheint mir zudem besser, als sich in langwierige Nachverhandlungen zu begeben. Dies natürlich nur in berechtigten Fällen. Wenn alles nicht hilft und sogar noch Drohungen ins Spiel gebracht

werden, stehen dem Hausherrn selbstverständlich noch andere Möglichkeiten offen.

Für Hoteliers und Gäste stellt auch hotelleriesuisse eine Ombudsstelle. Arbeiten Sie zusammen?

Einer Zusammenarbeit mit der Kollegin von hotelleriesuisse steht nichts entgegen. Allerdings ergeben sich kaum Fälle, in welchen wir zusammen agieren. Man kann davon ausgehen, dass die Ombudsstelle der Hotellerie mit Fällen konfrontiert wird, in welchen die Kunden in eigener Regie einen Hotelaufenthalt in der Schweiz gebucht haben. Wir werden eher kontaktiert, falls eine solche Reservation aus einem Angebot eines Anbieters für Ferien in der Schweiz gewählt wurde.

Findet man Ihrer Erfahrung nach in jedem Fall eine Lösung?

Nein, das ist ausgeschlossen und trifft besonders dann ein, wenn Reisende übertriebene Forderungen einreichen und sich im Laufe der Verhandlungen wenig flexibel zeigen. Vereinzelt wird auch mit Veröffentlichung an diversen

«Vereinzelt wird mit Veröffentlichung an diversen Stellen oder mit einem Anwalt gedroht.»

Franco V. Muff
Ombudsman Schweizer Reisebranche

Stellen oder mit einem Anwalt gedroht. Es gibt aber auch Fälle, in welchen ein Veranstalter wenig Flexibilität zeigt, was eine Lösung verhindert. Wenn eine Seite stur bleibt, ist eine Vermittlung natürlich schwierig. Wir

müssen den Konsumenten dann oft klar machen, dass wir nur eine Vermittlerrolle haben. Oftmals gelangen Reklamationen an uns, die nicht in unseren Zuständigkeitsbereich fallen, vor allem wenn fremde Touroperatoren mit mir Spiel sind.

Gab es in den letzten sechs Monaten einen Fall, der besonders herausgestochen ist?

Klar, herausragende Fälle gibt es immer wieder. Aber ich habe damit aufgehört, sie öffentlich zu machen. Konkrete Beispiele zu zitieren, kann auch «Öl ins Feuer giessen» und Erledigtes wieder aufstehen lassen.

Standpunkt

Ticino – diese Chance dürfen wir uns nicht entgehen lassen



CORINNE DENZLER*

Erneut steht für den Kanton Tessin ein wichtiger Urnengang bevor. Am 28. September können die Stimmbürger darüber entscheiden, ob sich der Kanton an der Expo 2015 in Milano mit einem Kredit von 3,5 Mio. Franken beteiligen soll. Bei allem Verständnis für die diversen politischen Themen, welche das Tessin lösen muss: Diese Chance dürfen wir uns nicht entgehen lassen. Gerade im Tessin mussten in den vergangenen Jahren im Tourismussektor spürbare Einbußen

«Das Tessin braucht auch in Zukunft einen lebendigen Fremdenverkehr.»

verzeichnet werden. Wir sollten diese Plattform vor unserer Haustüre nutzen und die internationalen Gäste für Ferien in der Schweiz und im Tessin motivieren. Das Anschlussprogramm zur Expo liegt ja quasi auf der Hand: Mit der grossen Aktion von Schweiz Tourismus ab 2015, der «Grand Tour of Switzerland», erhält der Expo-Gast ein geniales und pfannenfestes Reiseprogramm, welches mit dem Start im Tessin beinahe nahtlos an Mailand anknüpft. Auch wenn der Gast nur 2 bis 3 Tage Zeit hat – die Nähe zum Südkanton lässt auf jeden Fall einen Abstecher zu und bietet ihm mit unserer schönen Landschaft eine tolle Alternative zur Stadttour in der Smog von Mailand. Deshalb mein Aufruf an alle Stimmbürger im Tessin: Die Expo-Plattform ist ausserordentlich wichtig für den Tourismus und somit auch für alle Zulieferfirmen der Branche. Das Tessin braucht auch in Zukunft einen lebendigen, aktiven Fremdenverkehr.

* Corinne Denzler ist Verwaltungsratsdelegierte der Tschuggen Hotel Group.

Aufgefallen

Rheinschwimmer Ernst Bromeis wird verfolgt



Nun schwimmt der deutsche Wissenschaftler Andreas Path von der Quelle bis zur

Mündung des Rheins. Der Bündner Ernst Bromeis ist als «Wasserbotschafter» auf der 1230 km langen Strecke unterwegs. Chemieforscher Andreas Path absolviert die Distanz als Wissenschaftler mit dem Ziel, eine umfassende Bestandaufnahme der Inhaltsstoffe des Rheins zu erstellen. Nach einer hochwasserbedingten Pause ist Bromeis jetzt wieder schwimmend unterwegs und hat bereits mehr als die Hälfte der Strecke absolviert. Seinem «Verfolger» hat er auf der Homepage sportlich «Alles Gute» für seine Expedition gewünscht. ste

Schweiz

Seilbahnen sollen noch sicherer werden

Die Vorschriften zu Alkohol und Drogen für das Seilbahnpersonal sollen an die Regeln im Eisenbahnbereich angeglichen und mit Grenzwerten klar definiert werden. Dies schlägt das Bundesamt für Verkehr (BAV) in einer Revision der Seilbahnverordnung vor. Neu soll überdies bei den Berechnungen zu den Seilen das Vier-Augen-Prinzip mit Einbezug unabhängiger Prüfstellen eingeführt werden. Mit den Änderungen will das BAV den Seilbahnverkehr noch sicherer machen. Wie das BAV mitteilt, wurde die externe Anhörung zu einer Revision der Seilbahnverordnung gestartet.

Baspo fordert bessere Radwege

Matthias Remund, Direktor des Bundesamtes für Sport (Baspo) fordert bessere Radwege, damit mehr Menschen das Velo benutzen. Remund ist der Ansicht, dass für die Velofahrer in der Schweiz nicht genug getan werde. Wo Infrastrukturen schlecht oder nicht vorhanden seien, werde der Zugang zum Sport erschwert, sagt Remund in einem Interview mit der «Neuen Luzerner Zeitung». In den Städten gebe es «nicht wirklich ein bedürfnisgerechtes Radwegnetz». Beim Bau von Radwegen seien Gemeinden und Kantone gefordert. dst

Knapp stabiles Halbjahr

Im Juni 2014 ging die Zahl der Logiernächte in der Schweizer Hotellerie zurück. Kumuliert für das erste Halbjahr zeigt sich eine stabile Entwicklung, dank inländischen Gästen.

DANIEL STAMPFELI

Mit insgesamt 3,2 Millionen Logiernächten im Juni 2014 gingen die Übernachtungen in den Schweizer Hotels im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresmonat um 2,5% zurück. Gemäss den provisorischen Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik (BFS) gingen 1,9 Millionen Logiernächte auf das Konto der ausländischen Gäste. Dies entspricht einem Rückgang von 3,6%. Die inländischen Gäste generierten 1,3 Millionen Logiernächte, was eine Abnahme von 0,9% bedeutet.

Die Gäste aus den Golfstaaten sorgten mit einem Logiernächterückgang von 24000 Einheiten (-24,6%) für die stärkste absolute Abnahme gegenüber Juni 2013. Demgegenüber wiesen die Besucher aus den USA mit 7600 zusätzlichen Logiernächten den



Ausländische Gäste meldeten sich im letzten Halbjahr etwas weniger oft am Empfangsdesk. Fotolia

grössten absoluten Anstieg auf. Zehn der dreizehn Tourismusebenen verbuchten im Juni 2014 einen Logiernächterückgang. Einen Logiernächtezunahme konnten lediglich die Region Luzern-Vierwaldstättersee und die Ostschweiz verzeichnen.

Für das erste Halbjahr lag die kumulierte Logiernächtezahl bei 17,1 Millionen. Mit einem Rückgang um 0,1% spricht das BFS von einem relativ stabilen Resultat. Die Übernachtungen der ausländischen Gäste gingen um 0,2%

zurück, jene der Inländer nahmen leicht um 0,1% zu. Deutschland verbuchte mit einem Minus von 97000 Logiernächten die deutlichste absolute Abnahme aller Herkunftsländer.

Kurzentschlossene reagieren auf Wetterkapriolen

«Ein Ausblick auf das zweite Halbjahr gestaltet sich aufgrund oft kurzfristiger Buchungen schwierig», schreibt hotellerieuisse in einer Pressemitteilung. Der kühle und nasse Juli habe

gezeigt, dass sich gerade Kurzentschlossene vom Wetter leiten lassen und entsprechend auf Destinationen im Süden ausweichen. Gäste aus Übersee und Stammgäste, die längerfristig buchen, kämen dagegen unabhängig vom Wetter. Die Chancen für die laufende Sommersaison seien aber intakt. «Gemäss einer Umfrage von hotellerieuisse in der Stadt- und Ferienhotellerie gehen rund die Hälfte der Betriebe von einem gleich guten Verlauf wie im Vorjahr aus», sagt Christoph Juen,

CEO hotellerieuisse. In den kommenden Monaten dürfte die Schweizer Hotellerie von der wirtschaftlichen Stabilisierung in Europa und von der positiven Entwicklung der Wachstumsmärkte profitieren. «Der Binnenmarkt wird voraussichtlich stabil bleiben», so Juen. «Allerdings befindet sich die Branche nach wie vor in einer schwierigen Lage, was die preisliche Wettbewerbsfähigkeit betrifft.» Für das laufende Jahr gingen knapp 60% der befragten Betriebe davon aus, dass sich die Preise im Jahr 2014 nicht verändern.

Entscheidendes auf dem politischen Themenplan

«Politisch stehen für die Schweizer Hotellerie im kommenden Halbjahr wegweisende Themen an», sagt Christoph Juen weiter. Im Rahmen der Umsetzung der Initiative gegen Masseneinwanderung setze sich hotellerieuisse vehement für eine wirtschaftstaugliche und branchenfreundliche Ausgestaltung des Ausführungsgesetzes ein (s. auch «fokus» Seite 11). Eine weitere Herausforderung bilde die tourismusgerechte Umsetzung zur Zweitwohnungsinitiative, welche für die nachhaltige Entwicklung der Branche unabdingbar ist. Ebenso begrüsst hotellerieuisse die Stossrichtung des Bundesrates zur totalrevidierten Verordnung zum Bundesgesetz über die Förderung der Beherbergungswirtschaft.

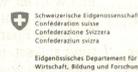
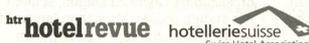
ANZEIGE

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



Die Mehrheit der Schweizer Schiffsflotten scheppert finanziell mehr schlecht als recht übers Wasser. Und dies nicht nur wegen üblem Wetter und Hochwasser.

MELANIE ROTH

Schweizer Seen ohne Schiffe? Kaum jemand kann es sich vorstellen. «Die Schifffahrt ist eine hoch emotionale Geschichte, die Wahrnehmung ist gross», sagt Stefan Schulthess, Präsident des Verbands Schweizerischer Schifffahrtsunternehmen VSSU. Viele Gemeinden seien von der Schifffahrt abhängig und vor allem Dampfschiffe ein «Heiligtum» – «das ist vielleicht das Glück», sagt er. Denn gesamthaft beurteilt Schulthess die Schweizer Schifffahrt «wenig frohlockend». Die meisten Gesellschaften kämpften ums Überleben und seien am Tropf der Kantone. Die Tourismusinnovation werde dadurch klein geschrieben und kaum unternehmerisches Risiko eingegangen.

Hochwasser und zu hohe Investitionen

Auch wenn es für eine aussagekräftige Saisonbilanz noch zu früh ist, wird's nach diesem Jahr kaum besser aussehen: «Das Vorjahr war bereits relativ bescheiden, mit dem verregneten Juli wird 2014 kaum erfreulicher werden», so Schulthess. Besonders hart hat's die Bielsee-Schifffahrts-Gesellschaft AG (BSG) getroffen: Während drei Wochen musste die Aarefahrt zwischen Biel und Solothurn aufgrund des Hochwassers eingestellt werden – das mache rund ein Drittel des Produkts aus, man zählte in dieser Zeit 44% weniger Passagiere als im Vorjahr, sagt Geschäftsführer Thomas Erne. «Im Moment sind wir den Tränen nah. Bis Ende Juni waren wir mit der Frequenz noch recht zufrieden, jetzt hat es uns brutal erwischt.»

Auch die Schifffahrt auf dem Thuner- und Brienzensee war vom Hochwasser betroffen, dort liegt aber ein anderes Thema viel schwerer auf: Mit der abbruchreifen Werfthalle in Thun stehen millionenschwere Investitionen an, zu gross für das defizitäre Teilgeschäft der BLS. Im «Bund-



Kurs- und Ausflugsschiffe waren diesen Sommer oftmals nur mit wenigen Passagieren auf den Schweizer Seen unterwegs.

ZVG

Mit Schlagseite



«In den meisten Fällen ist man auf öffentliche Unterstützung angewiesen.»

Stefan Schulthess
Präsident VSSU

drohte die BLS im April, die Schifffahrt einzustellen, wenn keine Unterstützung vom Kanton kommt. Die BLS stehe sehr hinter ihrer Schifffahrt, sagt Mediensprecher Hugo Wylter. «Bei langfristigen Investitionen sind wir aber auf die öffentliche Hand angewiesen». Im Kanton Bern wird die Schifffahrt seit 2012 nicht mehr subventioniert, für Investitionen besteht eine Gesetzesgrundlage, allerdings ohne Gewähr. Das Finanzierungsgesuch der BLS für die Werfthalle wird zurzeit vom Kanton geprüft. Seit in Bern der Kanton nicht mehr mit im Boot ist, haben sowohl die BLS als auch die BSG mit Kurskorrekturen reagiert. «Diese Anpassungen reichen aber noch nicht, es ist weiterhin unternehmerische Phantasie gefragt», sagt Hugo Wylter. Die Zusammenarbeit mit den Gemeinden sei wichtig, ausserdem gelte es, im Marketing erfolgreicher zu werden. Viel Frequenz sei aber nicht zwingend der Schlüssel zum Erfolg: Mit Marketingaktionen hätte man in früheren Jahren zwar viele

Leute aufs Schiff geholt, die Ergebnisse gingen trotzdem zurück. Bei der BSG konnte man nicht zuletzt dank Fahrplananpassungen schwarze Zahlen schreiben. «Spätestens wenn wieder grössere Investitionen anstehen, werden aber auch wir wieder beim Kanton anknöpfen müssen», sagt Erne. Trotzdem gelte es, die Kosten unter Kontrolle zu halten, um in neue Angebote investieren zu können und neue Märkte anzusprechen. «Hauptmarketinginstrument ist und bleibt aber das Wetter», so Erne.

Touristische Umgebung ist matchentscheidend

Starke Wetterabhängigkeit, Saisonalität, hohe Fix- und Investi-

tionskosten, grosse Konkurrenz im Freizeitbereich – lukrativ ist das Schifffahrtsgeschäft nicht, das Potenzial ist beschränkt. «Die touristische Umgebung ist matchentscheidend», sagt Stefan Schulthess, der auch der Schifffahrt auf dem Vierwaldstättersee vorsteht – eine der wenigen selbsttragenden Gesellschaften. «Wir haben touristisch die beste Ausgangslage, das macht es einfacher», so Schulthess.

Ausserdem verträge das Geschäftsmodell relativ viel: Die Schifffahrtsgesellschaft ist Teil der SGV Gruppe, zu der auch Tavolago (Gastronomie) und Ship-tech (Schiffsbau) gehören. Die unternehmerische Tätigkeit auf andere Bereiche auszudehnen,

sei eine Möglichkeit, die aber nicht überall gegeben ist. «In den meisten Fällen ist man auf öffentliche Unterstützung angewiesen», so Stefan Schulthess weiter. Jede Region müsse so für sich entscheiden, was ihr die Schifffahrt wert ist.

Beim Genfersee machte man diesbezüglich vor zwei Jahren eine klare Ansage: Wegen der Wichtigkeit für die Region und um die finanzielle Sicherheit zu garantieren, haben die Kantone Waadt, Genf und Wallis 2012 die Aktienmehrheit der CGN übernommen. «Unsere Resultate sind stabil», sagt die Presseverantwortliche Corinne Bersier. Der Genfersee könne vor allem auf treue Pendler zählen.

Tessin Probleme mit Italien

Keine einfachen Zeiten durchlebt auch die Schifffahrt in der Süd-schweiz. Im Schweizer Becken des Lago Maggiore sorgen Angebot und Preise der zuständigen italienischen Schifffahrtsgesellschaft (Navigazione laghi) seit Langem für Ärger. Infolge der stark gestiegenen Billettpreise sind beispielsweise die Besucherzahlen auf den Brissago-Inseln eingebrochen. Hoff-

setzungen setzen Tourismuskreise auf eine Neuerhandlung des Abkommens zwischen der Schweiz und Italien betreffend der Schifffahrt auf dem Langensee (und dem Luganersee). Dieses läuft am 31. Dezember 2016 aus.

Gemäss diesem Abkommen unterliegt die Schifffahrt auf dem Luganersee – inklusive italienischer Teil – einer Schweizer Gesellschaft. Doch auch die Socie-

tà Navigazione del Lago di Lugano hat zu kämpfen. 2013 verzeichnete sie gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang bei den Passagieren um 11 Prozent auf 270 000. Besser läuft es bei Sonderfahrten mit privaten Buchungen von Booten für Privatfeste oder Veranstaltungen. Diese Nebeneinnahmen konnten gegenüber dem Jahr 2012 um 25 Prozent gesteigert werden.

Aus der Region

Graubünden

«Alpina Mountain Resort» kann gebaut werden

Aus dem legendären Hotel Alpina in Tschierschen entsteht ein Boutiquehotel mit 66 Betten, Wellnessangebot, Bar sowie drei öffentlichen Restaurants mit Thémengastronomie. Die Baubewilligung ist erteilt, der Rückbau auf die historische Bausubstanz bereits weitestgehend abgeschlossen, wie The Alpina Estate AG mit Sitz in Chur mitteilt. Der Rohbau der neuen Gebäudeteile werde noch im August in Angriff genommen. Im Dezember 2015 soll «The Alpina Mountain Resort & Spa» als «Perle unter den Jugendstilhotels im Alpenraum» eröffnet werden.

Mittelland

Ungewisse Zukunft für Bahn Solothurn-Moutier



ZVG

Der Weissensteintunnel im Kanton Solothurn müsste aus Sicherheitsgründen für rund 170 Mio. Franken saniert werden. In der Region macht man sich nun Gedanken, ob die Bahnlinie durch Busse ersetzt werden soll. Demnächst sollen Gespräche zwischen dem Bund und den Kantonen Bern und Solothurn stattfinden. Die Bahnlinie Solothurn-Moutier wird täglich von rund 500 Passagieren genutzt. Der Weissensteintunnel darf die Bahn noch bis 2016 durchfahren, dann muss er saniert werden. Denkbar sei auch, den Tunnel mit provisorischen Massnahmen zwei, drei Jahre länger offen zu halten.

Berner Oberland

Murmeltier-Lehrpfad auf Grindelwald-First

Auf dem Munggi-Weg auf Grindelwald-First, einem Erlebnisweg für Familien, erfahren Kinder von den spannenden Abenteuern des Murmeltiers und seinen Freunden. Der knapp zweiwöchige Murmeltier-Lehrpfad startet bei der Bergstation First und führt auf dem Weg Richtung Grosse Scheidegg nach Oberlärer, wo sich eine neu errichtete Grillstelle befindet. Ergänzt wird das Familienangebot mit einem Munggi-Büchlein, das bei der Firstbahn gratis abgegeben wird.

Zürich

Bananenblätter in den Tramschienen für die Sportler

Für die Geherinnen und Geher an den Leichtathletik-Europameisterschaften stellen die Tramgleise in der Stadt Zürich eine erhebliche Verletzungsgefahr dar. Nun sollen Bananenblätter dafür sorgen, dass die Sportler heiß über die Runden kommen. Tausende Bananenblätter werden jeweils vor den Rennen der Geherinnen und Geher in die Tramgleise gelegt. Die Idee stammt aus Den Haag. dst

Rückschlag für Grand Hotel

Die Renovation des Grand Hotels Locarno wird durch einen Gerichtsentscheid weiter verzögert. Ausschlaggebend ist die Zweitwohnungsklausel.

Der Rechtsstreit um das Projekt für eine Renovation des Grand Hotels Locarno geht in eine weitere Runde. Der Asconeser Anwalt Gianfrancesco Beltrami, der die Interessen der Projektentwicklerin HRS Real Estate AG vertritt, will vor Bundesgericht ziehen, nachdem vor Kurzem das kantonale Verwaltungsgericht

den Rekurs von einigen Beschwerdeführern gegen das Bausuchung gut geheißen hat. Die HRS Real Estate will das Grand Hotel komplett erneuern (btr vom 24. Juli 2014). Ausschlaggebend war laut Beltrami der Anbau, ein Komplex mit 18 Luxusapartements, die als Zweitwohnungen gedacht sind und die Hotelrenovation querfinanzieren sollen. Doch in Murato, der Standortgemeinde des Grand Hotels, liegt der Zweitwohnungsanteil weit über den 20%, die durch die Annahme der Zweitwohnungsinitiative zum Massstab wurden. Anwalt Beltrami sieht das Projekt aber noch nicht verloren.

Seiner Meinung nach gibt es Spielraum im Rahmen von möglichen Ausnahmeregelungen, die speziell die Hotelfinanzierung durch Zweitwohnungen betreffen. Daher der Gang vor Bundesgericht. Die HRS Real Estate AG hat sich ein vierjähriges Vorkaufrecht für die Immobilie gesichert, das im März 2015 ausläuft. Laut Grand-Hotel-Mit-eigentümer Giancarlo Cotti hat die Projektentwicklerin bereits zwischen 7 und 8 Mio. Franken in das Projekt Grand Hotel Locarno investiert. Die Liegenschaft selbst steht für rund 21 Mio. Franken zum Verkauf. Das Hotel ist seit Ende 2005 geschlossen. gl

Chance für das Hotel Le Vieux Manoir bleibt bestehen

Eigentümer will zwischen Einsprechern und Hotel-Eigentümern vermitteln.

Nach der Konsultativabstimmung der Bürger der Gemeinde Meyriez Ende Juni ist nun der Gemeinderat zum Schluss gekommen, als nächsten Schritt die im gesetzlichen Verfahren vorgesehenen Einspracheverhandlungen zu führen. Das heisst, der Gemeinderat will sich mit den Einsprechern an einen Tisch setzen, die sich gegen die Teilrevision der Ortsplanung wehren. An den Gesprächen sollen auch die Eigentümer des Hotels Le Vieux Manoir, Martin und Judith Müller-Oprecht, anwesend sein, wie

Gemeindeamann Walter Zürcher auf Anfrage erklärt. «Ziel ist das Finden einer gütlichen Lösung zwischen den Bürgern und dem Vieux Manoir», so Zürcher. Ein Ausbau des Hotels sei auch ohne Ortsplanungsrevision möglich. Diese Gespräche sollten Ende August oder Anfang September geführt werden. Laut Esther Beck von der für das Vieux Manoir zuständigen Medienstelle ist es ganz im Sinne der Eigentümer, dass gemeinsam eine einvernehmliche Lösung gesucht und gefunden werde. dst

Beste Aussichten

Wer hat die schönste Terrasse der Stadt Bern? Das «Bellevue», meint Hotel Bellevue-Direktor Urs Bühler. Et was anders sieht es allerdings Stadtpräsident Alexander Tschäpät. Für ihn gehört die schönste Terrasse mit Aussicht ganz klar zum Erlacherhof, wo die Stadtregierung residiert.

Dort versammeln sich am Abend des Nationalfeiertags auf Einladung der Stadtregierung, Bern City und «Bellevue Palace» zahlreiche Diplomaten, Politiker, Wirtschaftsvertreter und ein paar versprengte Touristiker zum ebenso urchigen wie originellen Barbecue – hervorragendes Raclette inklusive.

Zum Höhepunkt des gemütlichen Get-togethers gerät aber natürlich das pünktlich um halb elf Uhr fulminant gezündete 1.-August-Feuerwerk auf dem Gurten.

Da ist man, von der Farbenpracht schier geblendet, geneigt, dem Stadtpräsidenten beizustimmen: Die schönste Terrasse von Bern gehört dem Erlacherhof.

Aber dann, bei einem Schlummertrunk auf der geheimnis- und stimmungsvoll ausgeleuchteten Terrasse des Hotels Bellevue Palace, denkt man wieder: «Urs Bühler hat halt doch recht.»



Rolf Huser, IMG, und André Lüthi, CEO Globetrotter.



Roman Eggimann, Migros, und Pierre Dubler, Brauerei Felsenau.



Fritz Gyger, Bern City; Stadtpräsident Alex Tschäpät, Urs Bühler, Bellevue. Bilder: Christoph Ammann/Berner Bär



Gery Nievergelt, htr; Barbara Rigassi, Unternehmerin und Jury Milestone; Raphael Rigassi, Kurator.



Am 1. August natürlich auch in Bern die Hauptattraktion: ein farbenprächtiges Feuerwerk.

Es wird eng im Trophäenschrank



Swiss-Vertreter Ioannis Zografakis (Mi.) erhält den Pokal von World Travel Awards-Gründer Graham E. Cooke und charmanter Dame. zvg

Swiss wurde bei den World Travel Awards 2014 erneut als «Europe's Leading Airline Business Class» ausgezeichnet. Und Zürich hat den besten Flughafen.

In der Reise- und Tourismusbranche ist die Schweiz auf Trophäen abonniert. An den diesjährigen World Travel Awards in Athen wurde die Swiss zum vierten Mal in Folge als «Europe's Leading Airline Business Class» ausgezeichnet. «Wir sind stolz, dass

die Gäste speziell in diesem Segment unsere Schweizer Servicequalität schätzen», freut sich CCO Markus Binkert: «Es ist auch eine Auszeichnung für unsere hoch motivierten, professionellen Crews, die Hauptbotschafter unserer Gastfreundschaft.»

Noch imponierender ist die Erfolgserie des Flughafens Zürich, der von Reiseexperten und Kunden bereits zum elften Mal in Folge zum führenden Flughafen Europas gewählt wurde. Er setzte sich dabei gegen sieben Mitbewerber durch, darunter Heathrow, München und Charles de Gaulle.

Feierliche Eröffnung des Davos Festival mit Premiere und prominentem Ehrengast

Im Beisein von Bundesrat Ueli Maurer präsentierte der neue künstlerische Leiter Reto Bieri sein erstes Programm.



Sprach für einmal zum Thema Musik: Bundesrat Ueli Maurer. zvg

Sesselrücken

Intercontinental Davos braucht neuen Direktor

Peter Pedersen (Bild) wird das Hotel Intercontinental Davos Ende Sommer verlassen. «Die Eröffnungsphase nähert sich dem Ab-



zvg

schluss, und deshalb hat sich Peter Pedersen entschieden, eine neue Rolle innerhalb der Intercontinental Hotels Group (IHG) zu beginnen», erklärt Rolf Hübner, Vice President bei IHG, auf Anfrage. Über die Nachfolge Pedersen im Intercontinental Davos werde zu gegebenem Zeitpunkt informiert.

Neuer Marketingleiter bei den Jungfraubahnen

Matthias Büttler (Bild) übernimmt per 1. Oktober 2014 die Leitung des Marketings bei den Jungfraubahnen und wird Mitglied



zvg

der erweiterten Geschäftsleitung. Er ist Nachfolger von Stefan Pfister, der die Jungfraubahnen Ende Oktober verlässt und sich beruflich neu orientieren will. Der studierte Betriebswirt Büttler arbeitete zuletzt seit März 2013 als Leiter Marketing und Produktmanagement bei der Swiss Travel System AG.

Von Mailand als Hotel-Direktor nach Locarno

Massimiliano Ferrara (43) ist neuer Direktor des Esplanade Hotel Resort & Spa in Locarno. Ferrara kommt vom Design Hotel Strat



zvg

Hotel & Bar in Mailand. Der gebürtige Neapolitaner ging nach der Hotelfachschule in den Bayrischen Hof. Danach arbeitete er sich in Häusern in London, Rom, Neapel und Lugano die Karriereleiter hoch, bis er im Strat Hotel & Bar in Mailand direkt an den General Manager berichtete.

Wechsel an der Spitze der «Seehof Selection»

Ilze und Ralph Treuthardt übernehmen am 1. November die Gesamtleitung der «Seehof Selection» in Davos. Sie folgen auf



zvg

Jean-Pierre Galey, der das Unternehmen verlässt. Ilze und Ralph Treuthardt führten während der letzten vier Jahre das Hotel Frutt Lodge & Spa auf Melchsee-Frutt. Zur «Seehof Selection» gehören unter anderem das Hotel Seehof in Davos sowie die Hotels Vereina und Steinbock in Klosters.

Neuregelung bei Gstaad Saanenland Tourismus

Reto Tschannen leitet neu die Abteilung Marketing von Gstaad Saanenland Tourismus (GST). Er hat die Nachfolge von Barbara



zvg

Studer angetreten, die diese Funktion seit Oktober 2012 innehatte. Reto Tschannen war bereits von 2008 bis 2012 als Marketingleiter bei GST. Nach einer selbst gewählten mehrmonatigen Auszeit kehrte er als Projektleiter Gstaad 2020 plus ins Saanenland zurück.

Direktionswechsel im Hotel Florhof in Zürich

Isabelle Zeyssolff hat die Direktion des Hotels Florhof in Zürich übernommen. Nach Um- und Renovationsarbeiten wird das Ho-



zvg

tel Mitte Oktober 2014 wieder eröffnet. Die bisherigen Pächter, Brigitte und Beat Schiesser, haben das Hotel Florhof nach über 20 Jahren per Ende Juni verlassen. Die gebürtige Französin Isabelle Zeyssolff war die letzten zehn Jahre bei Hyatt tätig, in Paris, Mainz und zuletzt im Park Hyatt Zürich. dst

ANZEIGE

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

Les arènes d'Avenches accueilleront leur premier festin romain les 23 et 24 août. Mise en bouche avec Philippe Lignon, initiateur du projet, passionné d'histoire gastronomique.

LAETITIA BONGARD

Surtout ne parlez pas d'orgie ! Il s'agit d'un festin romain», prévient Philippe Lignon. Historien de la gastronomie, chroniqueur de «Bille en tête» sur La Première avec l'animateur Duja et maître d'enseignement senior à l'EHL depuis 24 ans, ce passionné de cuisine, d'histoire et de défis s'apprête à investir les arènes d'Avenches. Les 23 et 24 août, s'y déroulera un festin romain, donc, au plus près des mœurs d'autrefois, à quelques exceptions près. «Nous ne nous essuierons pas aux cheveux des esclaves comme il était d'usage à l'époque. Il y aura des rince-doigts sur les tables, car nous mangerons sans fourchette.» Dix-neuf mets pour une balade qui se veut didactique, insolite et éphémère. Son initiateur parle volontiers de «performance gastronomique.» Deux voyages emmenant 76 convives par festin.

S'en remettre aux connaissances du chef étoilé Gérard Rabayo
Installer une cuisine dans les arènes, non munies d'eau courante, constitue déjà une performance en soi. Au niveau logistique, Philippe Lignon s'est entouré de Julien Larouxel et Gabriel Se-



Les repas chez les Romains, ici d'après une fresque de Pompéi, se prenaient souvent couchés et s'accompagnaient d'animations.

Faim de Romains

tero, traiteurs lausannois de Conte-Goûts SA. Pour le volet gustatif, il vise les étoiles avec le chef retraité Gérard Rabayo (trois macarons Michelin au Pont de Brent). «Un puits de savoir énorme, un passionné de livres anciens de gastronomie», relève

Philippe Lignon. Une aide précieuse pour sélectionner, interpréter et concrétiser ces recettes d'antan, des recherches cumulées durant près d'un an. «Il faut savoir que le premier livre de recettes avec des quantités date de 1870», s'étonne-t-il lui-même.

Si les plats à base de héron, d'écreuil ou de ragondin ne figurent pas au menu, Philippe Lignon affirme que les produits liés à ces mets se trouvent facilement, même deux millénaires plus tard. «De la cuisine du terroir finalement, énormément basée sur les légumes. Les Romains ne consommaient pas beaucoup de viande. Cette denrée était chère, se conservait mal et la chasse était réservée à une population noble.»

Les artichauts aux raisins verts et myrte donneront la réplique



«Les Romains se permettaient plus de liberté, ils mélangeaient le salé et le sucré.»

Philippe Lignon
Cuisinier, chroniqueur, enseignant

aux olives, pois chiches et grains de blé grillés. Pois chiches que l'on retrouvera en galettes avec de l'huile d'olive, également préparés à la Vitellius, assaisonnés à la livèche, au gingembre, miel, vin blanc et vinaigre.

Incontournables foie gras et garum

Chaque plat, réparti en trois services, sera enrichi d'explications et d'anecdotes, chères à Philippe Lignon. Le chef tenait à servir du foie gras de canard, accompagné de figues, un mets dont il souligne l'importance: «Le foie gras date de 4500 avant Jésus-Christ, il vient d'Égypte où il a été importé par les Juifs persécutés. Les oies étaient engraisées avec des dattes, plus tard avec des figues.»

Le garum, cette sauce de poisson fermentée destinée à assaisonner les plats, sera déposée sur

les tables. «Cette préparation s'inspirait des civilisations asiatiques. Elle était moins coûteuse que les épices, plutôt considérées comme un bien d'échange précieux.» Ce jus aux odeurs marines viendra rehausser les boulettes d'agneau. Tandis que le tronçon d'anguilles, et sa sauce aux anchois prolongera ce détour en eaux troubles.

Refusant l'idée d'en faire un événement camaradesque, Philippe Lignon tient à retranscrire une ambiance. Les convives ne seront pas couchés, mais assis à des tables basses, sous les arcades. Il insiste sur l'aspect festif: «Des danseuses orientales monteront sur les tables. Comme à l'époque où des animations ponctuaient le repas. Tout n'était pas aussi compartimenté que maintenant. Ce sont les moines cisterciens qui ont instauré cette hiérarchie. Les Romains se permettaient davantage de liberté. On n'hésitait pas à mélanger salé et sucré.» Place à la spontanéité, mais cadrée. Point de frivolité. Un banquet noble pour descendants de Romains affamés. Surtout, ne parlez pas d'orgie!

Thématique antique Un menu, un spectacle tridimensionnel et un musée

Donnant une dimension nouvelle et insolite aux arènes d'Avenches, le festin romain semble ravir Martial Meystre, directeur d'Avenches Tourisme depuis le 1er mars: «Cet événement à la thématique intéressante et à l'identité propre s'adresse à une clientèle différente, un public d'initiés, de niche. Nous n'avons pas eu besoin de faire beaucoup de publicité, la billetterie cartonne.» Le banquet coûte 190 frs par personne.

Le concept s'intègre parfaitement au positionnement de l'office du tourisme qui puise dans le patrimoine, la culture et

la nature. En attendant de dévoiler les nombreuses idées qui l'habitent, Martial Meystre consacre ses efforts aux projets à venir, à commencer par Air14 qui devrait attirer plus de 80 000 personnes par jour dans la région du 30 août au 7 septembre.

En 2015, les festivités liées aux 2000 ans d'Avenches permettront l'écllosion d'un nouveau spectacle en 3D, visant la pérennité. «L'objectif est de valoriser le site antique et ses objets grâce à une projection sur écran géant.» Un film qui, à long terme, accompagnera à merveille le projet d'un nouveau Musée romain à Avenches. lb

Ambitions d'extension côté jardin

Un centre de conférence et des suites devraient voir le jour dans les jardins du Beau-Rivage Palace de Lausanne. Un moyen de valoriser cet espace verdoyant tout en renforçant l'offre business.

LAETITIA BONGARD



Le palace pourrait exploiter de nouveaux espaces verts.

A peine le Beau-Rivage Palace de Lausanne a-t-il terminé la rénovation des 98 chambres de l'aile Palace qu'il rêve déjà d'un nouveau projet. Celui-ci se déroule côté jardin, la parcelle direction Vevey, sous-valorisée aux yeux du directeur général François Dussart. «Nous projetons y construire un centre de conférence de 200 à 250 places, avec une architecture très

intégrée dans la nature, ainsi que trois suites et 9 chambres dans trois pavillons annexes», explique-t-il. Le nouveau plan partiel d'affectation doit d'abord être validé avant de passer à la demande

de permis de construire. Trop tôt donc pour émettre un calendrier précis, encore plus pour chiffrer l'ampleur de l'investissement. «Nous ne vendons pas la peau de l'ours avant de l'avoir tué», image

le directeur, soulignant au passage «des préavis favorables.»

Mieux positionné pour capter une clientèle d'affaires

La partie conférence prendra place à la place du «chalet» qui abrite aujourd'hui des appartements. «Notre vocation première est bien de faire de l'hôtellerie, pas de l'immobilier», justifie François Dussart. Les pavillons abritent les suites remplaçant les serres. L'architecture sera confiée au bureau lausannois Richter Dahl Rocha & Associés qui accompagne les mutations du palace depuis huit ans, à l'image de la Terrasse et de la Rotonde.

«Le luxe, c'est l'espace. Il n'est donc pas question de condamner ce parc, mais bien de le valoriser, insiste l'hôtelier. Ce projet nous permettra de renforcer notre offre, de nous démarquer et de

mieux nous positionner.» Le créneau «business» fait notamment partie de la stratégie, très importante pour la vie de l'hôtel durant les six mois d'hiver. Le nouveau centre de conférence, situé dans la verdure et avec vue sur le lac, sera doté d'équipements à la pointe de la technologie. «La salle Sandoz est parfois un peu limitée à ce niveau-là, mais convient parfaitement pour les banquets, les mariages», note le directeur.

Quant aux nouvelles suites, François Dussart y voit une offre complémentaire aux suites existantes. «Quelque chose d'extrêmement privé, pouvant s'adresser à nos hôtes séjournant plus longtemps.» Elles devraient ouvrir pour un style moderne, contemporain. En attendant, ce sont les 70 chambres de l'aile Beau-Rivage qui devraient à leur tour être rénovées, dès l'automne 2016.

En bref

Suisse

Milestone: projets à déposer jusqu'au 29 août

Plus que trois semaines pour le dépôt des candidatures au Milestone 2014. Les prestataires touristiques détenteurs d'un projet innovant ont jusqu'au 29 août pour participer au Prix du tourisme suisse, dans les catégories «Projet remarquable», «Prix de l'environnement» et «Prix de la relève». Le «Prix pour l'œuvre d'une vie» sera décerné par le jury. La cérémonie aura lieu le 11 novembre à Berne.

www.htr-milestone.ch

Valais

Les 4 Vallées à la table des négociations

Les sociétés de remontées mécaniques des 4 Vallées ont accepté que le conseiller d'Etat Jacques Melly assume le rôle de médiateur dans les négociations en vue d'une nouvelle convention. Arrivée à terme fin juin, celle-ci n'a pas été reconduite par les partenaires (htr du 26.06.14). Verbiage a dès lors communiqué son nouveau forfait Grand Ski pour l'hiver prochain; Nendaz et Veysonnaz lui ont emboîté le pas avec un produit «Espace Mont-Fort». lb

Genève

Les perches filent à l'indienne dans du paprika



Le restaurant Windows de l'Hôtel d'Angleterre propose jusqu'au 16 août la douzième édition de son festival culinaire indien. Cette année c'est le chef indépendant Gopal Krishnan qui propose sa cuisine. Après avoir passé huit ans à Londres, il retourne en Inde pour retrouver les secrets d'une tradition culinaire. Elle varie dans chaque famille et raconte des histoires affectives et passionnelles. Un clin d'œil aux filets de perches est aussi proposé, les voilà baptisés Lasooni Macchi et servis au paprika et à l'acchi

www.dangleterrehotel.com

International

Une table digitale ludique dans les hôtels Novotel

Les hôtels Novotel offrent leur offre digitale. Douze lobby pilotes dans le monde disposent depuis fin juin de la table multimédia Play. Développée en partenariat avec Microsoft, Humelab et After-Mouse, elle propose diverses distractions. Cette nouvelle technologie devrait être déployée «à un rythme rapide à l'ensemble du réseau Novotel d'ici 2015», écrit le groupe hôtelier Accor dans un communiqué. En Suisse, il y a six Novotel et un Suite Novotel.

En bref

Suisse

Nuitées stables au premier semestre, juillet maussade

Les nuitées de l'hôtellerie suisse ont connu une évolution stable durant le premier semestre 2014, avec un léger recul de 0,1%, soit 7,6 millions de nuitées. Selon un communiqué d'hôtellerie suisse, les acteurs de la branche font preuve de davantage de retenue quant aux résultats du second semestre. Le temps maussade et pluvieux de juillet a provoqué un léger recul des réservations de dernière minute. Les chances pour la suite de la saison estivale demeurent toutefois intactes, souligne l'association faitière. lb

Affaire Giroud, un recours de l'Etat du Valais

Nouveaux rebondissements dans l'affaire Giroud. Le service des contributions de l'Etat du Valais a déposé une opposition contre l'ordonnance pénale du Ministère public du canton de Vaud (notre édition du 24 juillet 2014). Il estime que l'ordonnance rendue ne traite que des infractions en lien avec l'impôt fédéral direct et a donc déposé une opposition afin d'avoir la garantie que les infractions liées aux impôts cantonaux et communaux aient été bien prises en compte. Cette nouvelle procédure pénale n'a aucune incidence sur les procédures fiscales en cours. aca

Travailleurs de demain

Après l'initiative contre l'immigration de masse, les formateurs recherchent des solutions pour stimuler le marché du travail. Centrales, ces actions ne résolvent pas tout.

GU DRUN SCHLENCZEK

Le marché suisse du travail est menacé par une pénurie de personnel qualifié et l'acceptation de l'immigration de masse rendra encore plus délicate la recherche d'une main-d'œuvre spécialisée à partir de 2017. Uniquement en raison de l'essor démographique, ce manque devrait s'élever à un demi-million de personnes dans une décennie, selon une étude récemment publiée par l'UBS.

Avec l'initiative visant à combattre la pénurie de personnel qualifié lancée en 2011 déjà, la Confédération entend accroître les effectifs des travailleurs, en ciblant en premier lieu les professionnels, les femmes et les seniors.

Pour atteindre ces objectifs, Josef Widmer, directeur suppléant du Secrétariat d'Etat pour la formation, la recherche et l'innova-

tion SEFRI a présenté un plan qui fait notamment porter l'accent sur un meilleur équilibre entre l'offre et la demande. En effet, 80 000 places d'apprentissage ne sont pas pourvues chaque année alors que 16 000 jeunes qui achèvent leur scolarité se tournent vers une solution intermédiaire. Josef Widmer est convaincu qu'un tiers d'entre eux pourrait commencer directement une formation initiale. Dans ce domaine, hôtellerie suisse a déjà mis en route des projets concrets avec les programmes «Please Disturb» et «Career Day».

Hormis les jeunes, le SEFRI veut aussi mobiliser les adultes sans formation professionnelle. 600 000 personnes seraient dans ce cas en Suisse et, de l'avis de Josef Widmer, une sur deux pourrait suivre un apprentissage. A cet égard, le SEFRI cite comme exemple le secteur hôtelier avec ses cours «Progress» et la possibilité d'acquiescer une formation en cours d'emploi. Le Secrétariat d'Etat souhaite également faciliter aux détenteurs d'une maturité professionnelle le passage vers les Hautes écoles spécialisées.

Pour sa part, l'Union patronale suisse (UPS) a résolu de s'adresser aux (futurs) seniors avec son initiative «45 plus». Si le taux de chômage reste relativement faible pour les plus de 50 ans avec 2,7%, cette catégorie de travailleurs est davantage exposée à une inactivité à long terme, selon Philipp C. Bauer de l'UPS.



L'hôtellerie et la restauration devront encore plus rivaliser d'imagination.

Photomontage Carla Barron

Urs Masshardt, directeur de Hotel & Gastro Union, considère avec scepticisme le potentiel représenté par les aînés. «Il est difficile d'inciter ces personnes à s'engager dans le secteur hôtelier alors que de nombreux cuisiniers quittent déjà la restauration dans la trentaine pour travailler dans un home ou un hôpital». La qualité, en revanche, doit demeurer une priorité à ses yeux.

A cet effet, il accueillerait favorablement une augmentation de 10% de la contribution aux frais d'exécution de la CCNT, actuelle-

ment de 89 francs par année et par entreprise, car une partie de cette somme est affectée à la formation.

Du côté du Seco, Maya Rolewicz, responsable scientifique, se garde de nourrir de trop grands espoirs: «L'initiative sur la pénurie de personnel qualifié n'est pas une panacée». D'une part, sa mise en œuvre exige du temps et, de l'autre, «si la Confédération peut indiquer une direction, chacun demeure libre de choisir le métier qu'il désire exercer». - Même s'il est frappé de plein

fouet par l'acceptation de l'initiative contre l'immigration de masse, le secteur hôtelier n'a pas rencontré jusqu'à présent une écoute particulière de la Confédération. Il est vrai que les professions de l'hôtellerie ne figurent pas dans la liste des métiers concernés au premier chef par la pénurie en raison de la faible croissance de l'emploi dans la branche, à la notable exception du personnel de cuisine.

Traduction-adaptation Jean Pierre Ammon d'un texte en page 11-12.

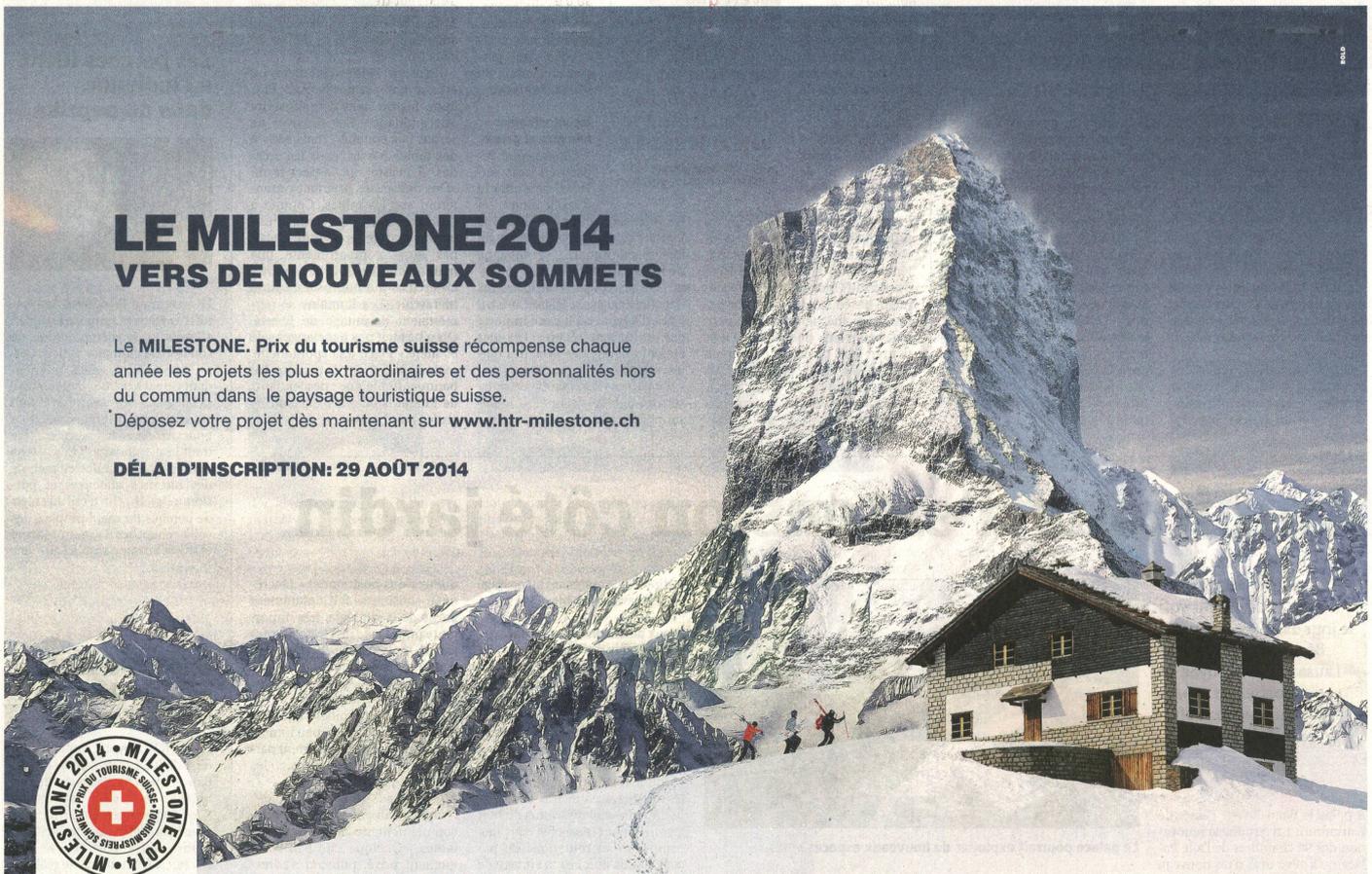
ANNONCE

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

innovation
tourism

htr hotel revue

hôtellerie suisse
Swiss Hotel Association

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

Patronage
STV_FST
Schweizer Tourismus-Verband
L'Association suisse du tourisme
Fédération suisse des Clubs
Fédération suisse du tourisme

Partenaire de l'événement
BOULE HOTELIERE
LAUSANNE

Esthète d'images volées

La «Suisse vue du ciel» de Yann Arthus-Bertrand connaît un beau succès à travers le monde. Flair payant pour Suisse Tourisme. Le photographe raconte.

ALEXANDRE CALDARA

Yann Arthus-Bertrand, réclamant une liberté totale à Suisse Tourisme, vous avez inventé un pays vu du ciel. Comment définir ce travail? On m'a demandé de faire des photos. J'étais en train de boucler les budgets de mon prochain film «Human». Je leur ai proposé un échange afin de pouvoir utiliser ces images dans mon propre travail. En quatre jours, j'ai réalisé des photos et également un film sans commentaires, seulement avec la musique d'Armand Amar et une

inspiration très personnelle, sans chronologie.

Quel pays avez-vous rencontré?

La Suisse ressemble aux images des boîtes de chocolat. De l'hélicoptère, elles défilent comme des logos. C'est un pays tranquille, souvent sans barrières. Il reste protégé de tous ses panneaux d'affiches publicitaires qui défigurent de nombreux paysages. Mais j'y ai découvert que la vie pouvait être dure, difficile, ai été frappé par les petites fermes, les exploitations agricoles avec 20 vaches. La réalité de la vie paysanne, loin de l'image des banquiers que je pouvais avoir. J'ai été marqué par les Grisons.

Comment peut-on visiter la Suisse que vous montrez?

Je n'en sais rien. Que l'on soit en hélicoptère ou à pied, on peut sortir, aller vers ou pas. J'ai été frappé par cette image de camping près d'un lac de montagne, cela me rappelait des campings sauvages en Afrique. Mais aussi cet hôtel de luxe sur pilotis au bord du lac.

De New York à Moscou: des panoramas artistiques demandés

Le projet «La Suisse vue du ciel» connaît un destin pas commun à toutes les campagnes de Suisse Tourisme (ST). «On peut dire que Gilles Dind, à Paris, a été inspiré en contactant la fondation Good Planet et Yann Arthus-Bertrand. Ce travail conçu dans le cadre de notre campagne sur les panoramas connaît un succès phénoménal à travers le monde», se réjouit Véronique Kanel, porte-parole de ST.

Des images projetées sur deux cubes géants à la gare de Grand Central Station, à New York, en

mai pendant la manifestation «Zurich meets New York» et selon le même dispositif à La Villette, à Paris, en juin. Une exposition cet été à Moscou avec le National Geographic. Des images publiées dans de prestigieuses publications, comme un supplément du «Corriere della Sera» en Italie. Une présence en Chine et en Asie du sud-est.

Véronique Kanel se félicite de ces étapes: «Yann Arthus-Bertrand est un photographe connu et demandé. Son film presque méditatif est une vision d'artiste pas estampillée ST.» aca



Une des images vues du ciel, un paysage agricole au lieu-dit Le Planet, commune Le Châtelard, canton de Fribourg.

Yann Arthus-Bertrand

Dans quelles conditions s'est effectué ce travail?

Nous l'avons réalisé en quatre jours, de dix heures du matin à onze heures le soir avec un excellent pilote d'hélicoptère, Thomas Kohler. Je suis étonné du nombre d'hélicoptères qui volent en Suisse. Claire-Lise, notre guide, était très enthousiaste. Je suis surpris par le succès que rencontre ce travail sur la Suisse.

Dans «Human» vous allez combiner des images de paysages avec des interviews de personnes. En avez-vous réalisées en Suisse?

On n'a pas eu le temps. Mais j'aurais aimé parler avec des banquiers suisses d'éthique et de morale. On dit que l'argent n'a pas d'odeur, mais une prise de conscience mondiale à propos d'où vient l'argent m'intéresse. Elle ne concerne



«La Suisse est un pays tranquille. Mais j'y ai découvert que la vie peut y être dure.»

Yann Arthus-Bertrand
Photographe

pas seulement la Suisse évidemment.

Quel regard portez-vous sur les images touristiques que peut véhiculer Suisse Tourisme?

Le tourisme ne m'intéresse pas en tant que tel. Ce qui m'intéresse c'est notre civilisation. Son rapport à la consommation, aux points de croissance qui

sont vitaux pour l'école, les hôpitaux, les routes. Mais jamais bon pour l'environnement. Après, le nombre de bouteilles de shampoing que l'on consomme dans les grands hôtels de luxe me parle. J'adore les hôtels de luxe, on m'y invite. En Suisse, avec des gros draps blancs, des couettes. Mon fils a étudié à l'École hôtelière de Lausanne. Mes réflexions font partie du monde d'aujourd'hui. Avec ma fondation «Good Planet» on a créé un programme «action carbone». Si on émet du carbone, on doit compenser et

c'est évidemment ce que nous faisons avec nos heures d'hélicoptère. La Suisse me paraît bien engagée dans le commerce égalitaire. Il nous faut prendre conscience que l'on peut vivre mieux avec un peu moins.

Avez-vous pensé aux premiers romantiques anglais découvrant la Suisse?

Les images que nous avons réalisées aux chutes du Rhin me semblent très romantiques. Ces personnes qui regardent un paysage juste protégé par une petite barrière. Nous sommes allés filmer les glaciers en Arctique et là on se rend compte que l'on peut réaliser les mêmes images en Suisse. On arrive en haut du Cervin, en même temps que des alpinistes qui se congratulent au terme de leur ascension, c'est magique, cela rend le film fort.

Etes-vous inspiré par le photographe suisse Robert Franck?

Il s'agit d'une tradition humaniste importante pour l'histoire de la photographie. Dans «Human», on va chercher à parler de sujets difficiles comme l'homophobie, la pauvreté. En

cela on se rapproche peut-être un peu de cette tradition. Mais bon, beaucoup refont ce genre d'images, il y a une inflation des métiers artistiques, alors que j'ai des copains qui sont de bons photographes et qui n'arrivent pas à en vivre. Je me sens beaucoup plus proche du photographe suisse Georg Gerster, pionnier de la photographie aérienne. Il a été le premier à travailler de façon graphique. J'admire son travail.

Parcours Passion de la nature très partagée

Yann Arthus-Bertrand. Né en 1946, le photographe et réalisateur français Yann Arthus-Bertrand s'est toujours passionné pour le monde animal et la nature. Son ouvrage «La Terre vue du ciel», première parution en 1999, constitue le record du monde de ventes d'un livre illustré avec plus de 3 millions d'exemplaires. Son film «Home» sur l'état de la planète a été vu par près de 600 millions de spectateurs. Il a fondé l'ONG «Good Planet» en 2005. aca

Visages du futur Royal Savoy

Le palace lausannois en rénovation a nommé son nouveau directeur général et son directeur ventes et marketing. Ils prépareront l'ouverture, prévue en juin 2015.

A un peu moins d'un an de sa réouverture, le Royal Savoy de Lausanne complète ses équipes et occupe les postes vacants. A commencer par celui de directeur général. Alain Kropf entrera en fonction le 15 septembre, succédant à Jean-Claude Gétaz qui a quitté le navire fin février.

Agé de 49 ans, ce Lausannois diplômé de l'EHL cumule plus de 20 ans d'expérience dans l'hôtellerie de luxe en Suisse, dans la région du Golfe et en Asie. Carrière qui l'a conduit au Montreux Palace, puis à Abu Dhabi au Beach Rotana Hotel et au Khaliya Palace Rayhaan by Rotana Hotel ainsi qu'au Shangri-la de Jakarta.

Au poste de directeur ventes et marketing, vacant depuis le départ en juin de Jacky Tresch, «Bürgenstock Selection» a nommé le Français Jean-Michel Berner. Agé de 48 ans, il est actuellement directeur des ventes de l'Hôtel Moevenpick à Lausanne. Il était précédemment chef de réception de l'Hôtel Mercure Parc Micaud, à Besançon et chef de cabine de l'Eurostar.

Les deux nouveaux directeurs prépareront la réouverture de l'établissement 5 étoiles, doté de 196 chambres et d'un spa. Les travaux de rénovation et d'agrandissement, qui représentent environ 100 millions de francs, avancent conformément au calendrier, affirme la société propriétaire Katar Hospitality Suisse dans un communiqué. La réouverture est prévue en juin 2015. lb



Alain Kropf, nouveau directeur général du Royal Savoy, et Jean-Michel Berner, directeur ventes et marketing.



Le carnet de route comme moyen de communication

Esthel Brunswick vient de quitter la direction du marketing et de la communication de l'Hôtel Beau-Rivage Genève. En deux ans



à cette fonction, elle se distinguait par une approche des affaires axées sur la sensibilité et l'esthétique. Elle a inventé un carnet de route qui tenait dans une pochette soyeuse mauve, pouvait arriver sous forme de sucette de chocolat ou de petit mot griffonné à la main. Un artisanat, une créativité rare dans l'univers souvent formaté de la communication. En prélude au dernier carnet, elle partage «un pincement de cœur». aca

Les gens

Jeune pâtissier pour l'Hôtel Le Richemond



Sébastien Quazzola est le nouveau chef pâtissier de l'Hôtel Le Richemond à Genève et de son restaurant Le Jardin (14 points GM). Originaire de Savoie, le jeune chef pâtissier de 27 ans a cumulé plusieurs expériences au sein d'établissements étoilés en Savoie, à commencer par l'Auberge Lamartine (1 étoile), suivi du Chabichou à Courchevel aux côtés de Michel Rochedy (2 étoiles) puis de l'Auberge Les Morainières (2 étoiles). A Genève, son arrivée a été saluée par le chef exécutif Sylvain Bailly et Philippe Bourrel, chef du restaurant.

Un chapeau dans les cuisines du Mandarin Oriental

Marc Veyrat sera l'invité de marque du restaurant Café Calla du Mandarin Oriental de Genève, du 28 octobre au 1er novembre.



Durant cette semaine gastronomique, le seul chef à avoir obtenu la note 20/20 au Gault & Millau ainsi que 3 étoiles Michelin pour deux de ses trois restaurants de Haute-Savoie - l'Auberge de l'Eridan et la Ferme de mon Père - proposera un voyage culinaire de haut de vol. Son credo: authenticité des produits, respect de l'environnement et créativité. Des recettes modernes nourries de sa passion pour la nature et les Alpes. lb



La compagnie Emirates ne se contente pas de sa présence dans les airs, elle veut transmettre son message dans les rues de Genève.

Les ailes des Emirats

La compagnie Emirates confirme son ancrage à Genève Aéroport en annonçant 90 sièges de plus au quotidien. Une compagnie puissante, mais discrète en partenariats locaux.

ALEXANDRE CALDARA

Pour célébrer ses trois ans de présence sur le tarmac de Genève Aéroport, en fin de semaine dernière, la compagnie Emirates a présenté sa puissance de feu aux médias. Un chiffre parle de lui-même: près de 502 000 passagers transportés entre Genève et Dubaï, ce pour le seul vol quotidien de et vers la ville de tous les superlatifs. Principale nouveauté, la cité de Calvin sera desservie dès le premier août exclusivement par des Boeing 777-300ER et non plus en alternance avec des 777-200LR. Soit 90 places de plus par trajet pour son vol sans escale de et vers Dubaï. Le 300ER est le plus grand appareil à desservir Genève, il transporte jusqu'à 364 passagers. Directeur de Genève Tourisme & Congrès (GT&C), Phi-

lippe Vignon relativise un peu la portée de l'annonce de l'augmentation de sièges: «Dans le marché global cela semble anecdotique. Même si évidemment cela reste une bonne nouvelle et montre que la ligne fonctionne bien. Cela pourrait représenter un potentiel de 13 000 personnes de plus arrivant à Genève, même si toutes n'y restent pas.»

Inde, Chine et Australie en forte croissance

Jürg Müller, directeur d'Emirates pour la Suisse, évoque ainsi la présence de la compagnie en Suisse: «Nous avons confiance en ce marché, une grande part de nos ventes se réalisent dans le pays, en sept ans nous avons presque quadruplé nos ventes ici. Cela représente désormais notre cinquième

marché européen.» Marché qu'il connaît bien puisqu'il travaillait auprès de Swissair et de Swiss. La compagnie se base sur son succès à Zurich où elle opère depuis janvier 2014 deux vols quotidiens, non plus avec un 300ER, mais avec un A380, plus gros avion civil au monde (517 sièges), soit 163 passagers en plus. «Et une baisse du taux de remplissage de seulement 1 ou 2%, nous n'avons pas eu de peine à trouver de nouveaux clients», commente Jürg Müller.

La compagnie estime que 50% de ses voyageurs partent vers Dubaï et que 50% viennent vers Genève. Selon l'appréciation de Philippe Vignon et en tenant compte que leur hub reste Dubaï, il s'agirait plutôt de 40% vers Genève. Selon la compagnie, cette clientèle viendrait majoritairement des pays du Golfe. Même si l'Inde, la Chine et l'Australie seraient en forte croissance.

La compagnie de l'Emirat de Dubaï évoque de bonnes ventes en Suisse romande, même si elle ne semble pas très implantée dans le territoire romand où elle n'est partenaire d'aucun événement d'envergure: «Notre stratégie est

basée sur le sponsoring de manifestations sportives de niveau mondial», précise Nicolas Tanner, directeur de la compagnie pour la Suisse romande. Il semble pourtant personnellement contribuer à une certaine ouverture sur les partenariats romands. Notamment en termes de communicati-

on, puisque Emirates travaille depuis une année et demie avec l'agence genevoise de Saussure Communications. Mais contrairement à son concurrent d'Abu Dhabi, Etihad, qui a acquis fin 2013 33,33% de Darwin au Tessin, Emirates n'entend pas changer de stratégie commerciale: «Nous

n'avons aucun intérêt à investir dans d'autres compagnies et ne comptez pas sur moi pour commenter ce que font les autres», explicite Jürg Müller. «Nous n'avons pas d'alliance, pas d'amis, ce n'est pas grave, nous avançons point par point», poursuit-il. Au niveau mondial, Emirates dispose d'un partenariat «joint sales» avec la compagnie aérienne australienne Qantas et, plus surprenant, un partenariat avec Easyjet en Europe. «Cela nous permet seulement de trouver une petite solution à un problème, pour notre programme de fidélisation des clients Skywards. Ils peuvent voler gratuitement sur Easyjet avec leur points, ce qu'ils apprécient, nous n'avons pas d'autres alternatives en Europe.» Parmi les compagnies long-courriers présentes à Genève, United et Air Canada (membres de Star Alliance) collaborent avec Swiss.

Un deuxième vol quotidien ne semble pas impossible

Emirates va ouvrir de nouvelles lignes prochainement à Bruxelles, Oslo et Chicago. La compagnie devrait rencontrer les offices du tourisme locaux. «A Genève, les compagnies viennent toujours nous voir avant l'ouverture d'une ligne», commente Philippe Vignon. Des collaborations entre Genève Tourisme et Emirates Holidays existent. «Nous rencontrons tous les tours opérateurs actifs sur les marchés lointains», précise le directeur de GT&C. Pour l'OT les rendez-vous majeurs restent l'Arabian Travel Market et le World Travel Market. Jürg Müller pense que pour la treizième compagnie de l'aéroport (sur environ soixante) le développement sera limité depuis Genève, notamment car le A380 ne peut s'y poser, pourtant un deuxième vol quotidien ne semble pas impossible. Le récent accord trouvé avec les opposants au projet de la nouvelle aile long-courriers, dont la fin des travaux serait possible en 2019, va dans ce sens.

Le géographe Marc Lavergne pose dans un essai la question: «Dubai utile ou futile?»

Pas de verrou venant du Golfe

L'expansion des compagnies aériennes du Golfe peuvent-elles constituer un danger pour Swiss et les aéroports? Le thème semble récurrent. Genève Aéroport (GA) a pris position fin février dans le cadre d'une consultation de l'Office fédéral de l'aviation civile.

Dans ce document, il estime que les trois compagnies du Golfe (Etihad, Qatar Airways et Emirates) sont sur un pied d'égalité en termes de fréquence avec un vol quotidien «avec cependant des différences notables en termes de notoriété commerciale et de réseau de correspondan-

ces.» 126 destinations totales dont 35 en Europe pour Emirates, contre 117 dont 27 en Europe pour Qatar et 78 dont 17 en Europe pour Etihad.

«Un taux de correspondance élevé qui reflète leurs business model, mais pas très différent de celui de certaines grandes compagnies européennes qui fonctionnent dans une logique de nourrir leur hub respectif.»

On peut lire par ailleurs que Turkish Airlines dispose d'un réseau supérieur avec trois vols quotidiens, 225 destinations dont 125 en Europe. Genève Aéroport note encore que l'arri-

vée d'Air China en été 2013 démontre que la présence des compagnies du Golfe ne verrouille pas le trafic sur l'Asie.

Pour GA: «Swiss ne voulant ou ne pouvant pas intervenir, pour des raisons compréhensibles de gestion et de stratégie de hub unique, comme acteur stratégique du développement du long-courrier, à Genève, la Suisse romande et les régions périphériques ne doivent pas être privées de possibilités de nouvelles liaisons directes.»

Genève Aéroport estime donc essentiel le maintien d'un cadre légal le plus libéral possible. aca

«City Break» Genève distinguée par un World Travel Award, à Athènes

Genève a tiré son épingle du jeu lors de la 21e édition des World Travel Awards (2014) à Athènes en remportant le trophée «Europe's Leading City Destination 2014». Près de 180 000 professionnels du voyage du tourisme et de l'accueil ont distingué Genève face à de prestigieuses et sérieuses concurrentes comme Paris, Londres, Madrid, Rome ou encore Dublin.

Ce prix reconnaît l'attractivité et la qualité de l'offre «City Break» proposée par la destination, mais met aussi en avant les prestations touristiques mesurées tout au long de l'année écoulée par les

experts du secteur. «Nous sommes très fiers que Genève soit aussi reconnue comme une option pour la clientèle loisirs, qui est le segment de visiteurs le plus important pour la plupart des autres destinations ayant le plus fort potentiel de croissance», estime Philippe Vignon, directeur de Genève Tourisme & Congrès. Pour la destination, les séjours d'affaires et les city breaks sont conciliables et complémentaires.»

Depuis deux ans, GT&C concentre ses efforts dans le développement de produits touristiques à valeur ajoutée comme des «Geneva Amazing Experiences». aca

La fidélité des familles du Moyen-Orient

Hélène Lang-Lauper, la clientèle du Moyen-Orient est-elle présente à l'Hôtel de la Paix, à Genève?

Oui même si nos clients ne sont pas directement arrivés à la fin du ramadan. Mais depuis ce week-end nos 84 chambres sont complètes avec uniquement des familles d'Arabie saoudite, des Emirats et du Qatar.

Des familles qui vous sont fidèles...

Elles reviennent chaque année. Elles sont une douzaine et occupent cinq à six chambres.

Comment conservez-vous cette clientèle?

J'ai vécu au Moyen-Orient et j'y retourne souvent, je vais les voir. Le bouche à oreille reste primordial pour nos clients. Puis nous avons de petites attentions pour eux.

Par exemple?

Ce qu'ils apprécient particulièrement ce sont les grandes chambres communicantes et chez nous 65% d'entre-elles donnent sur le lac. Nous ajoutons l'horaire de notre personnel à leurs habitudes. Ils se lèvent tard, sortent à ce



Hélène Lang-Lauper, directrice de l'Hôtel de la Paix, (cinq étoiles), à Genève.

moment-là et aiment manger pendant la nuit.

Les Fêtes de Genève qui ont commencé le 17 juillet et se déroulent jusqu'au 10 août ont-elles de l'importance à leurs yeux?

Oui évidemment, ils expriment d'ailleurs leur déception lorsqu'elles tombaient pendant le ramadan et que l'on n'arrivait pas à les déplacer. Elles occupent leurs enfants, sur les nombreux manèges, pendant la journée. Cela leur laisse du temps pour dépenser un peu d'argent. aca

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

protel

Personalrekrutierung im Gastgewerbe

Die Masseneinwanderungsinitiative fordert den inländischen Arbeitsmarkt. Zentral ist die Fachkräfteinitiative des Bundes. Grosse Hoffnungen sind aber fehl am Platz.

GU DRUN SCHLENCZEK



Welche Branche erhält die nötigen Arbeitskräfte? Die Frage wird auf dem Markt, mittelbar aber auch im Bundeshaus beantwortet.

Bildmontage: Carla Barron

Mobilisierung aller Kräfte

Auf dem Schweizer Arbeitsmarkt mangelt es an Fachkräften. Die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative wird die angespannte Lage auf dem Arbeitsmarkt ab 2017 noch verschärfen. Gemäss einer UBS-Konjunkturanalyse vom April dieses Jahres bedingt allein schon die demografische Entwicklung, dass der Schweiz in den nächsten zehn Jahren eine halbe Million Fachkräfte fehlen werden. Ab 2021 soll die Zahl der 15- bis 64-jährigen in der Schweiz erstmals sinken. Die Bemühungen, dieses Arbeitskräfte-Loch zu stopfen, laufen auf Hochtouren. Der Bund zielt mit seiner bereits im 2011 lancierten Fachkräfteinitiative auf die Höherqualifizierung der Arbeitnehmer sowie auf Frauen und ältere Arbeitnehmer als zusätzliche Arbeitskräfte. Gefordert ist hier besonders die Berufsbildung. Josef Widmer, stellvertretender Direktor des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation SBFI, hat einen Sechs-Punkte-Plan lanciert. Erstes Anliegen ist ein besseres Vernetzen von Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt. 8000 Lehrstellen

würden jedes Jahr nicht besetzt, gleichzeitig entscheiden sich 16000 Schulabgänger für eine Zwischenlösung. Widmer ist überzeugt, dass fast jeder Dritte davon direkt eine Lehrstelle antreten könnte. Mit «Match-Prof» will das SBFI Kantone und Verbände animieren, entsprechende Projekte zu lancieren und sichert diesen eine Anschubfinanzierung von 60 bis 80 Prozent der Kosten zu. Hotellerieuisse bietet mit «Please Disturb» oder dem «Career Day» bereits entsprechende Projekte.

Arbeitgeberverband will Betriebe für ältere Arbeitgeber fit trimmen
Neben den Jungen will das SBFI auch ungelernete Erwachsene mobilisieren. 600 000 Erwachsene stehen in der Schweiz ohne Berufsabschluss da, Widmer schätzt, dass jeder zweite davon eine Grundbildung nachholen könnte. Aktuell schliessen 8000 Erwachsene eine Ausbildung mit Eidgenössischem Fähigkeitszeugnis pro

Jahr ab. «Das ist ein Tropfen auf den heissen Stein», bemerkt Widmer. Das Gastgewerbe mit seinen «Progresso»-Kursen und der Möglichkeit, berufsbegleitend die Grundbildung nachzuholen, dient dem SBFI als Vorbild.

«Ältere Arbeitnehmer fürs Gastgewerbe zu mobilisieren, ist in der Regel schwierig.»

Urs Masshardt
Hotel & Gastro Union

Ebenfalls im Fokus des SBFI-Engagements steht die weiterführende Bildung. Erklärtes Ziel ist, die Höhere Berufsbildung punkto Image und finanziell zu stärken: Geben Bundesrat und Parlament grünes Licht, könnte die staatliche Mitfinanzierung der Vorbereitungskurse, wie jene zum Chefkoch, bereits 2017 stehen – also dann, wenn die Forderungen der Masseneinwanderungsinitiative Realität werden. Kosten dürfte die Finanzierung der Vorbereitungskurse den Bund zwischen 60 und 100 Mio. Franken pro Jahr, rechnet Widmer. Erhöhen will der stellvertretende SBFI-Direktor auch den Übertritt der Berufsmaturanden an die Fachhochschule (FH). Über alle Branchen hinweg absolvieren

13 Prozent der Lernenden die Berufsmatura. Doch nur jeder zweite Berufsmaturand wechselt anschliessend an die FH. Widmer wünscht sich, dass mindestens 75 Prozent studieren.

Die älteren Arbeitnehmer hat sich der Schweizerischer Arbeitgeberverband (SAV) mit seiner Initiative «45 plus» auf die Fahne geschrieben. Zwar sei die Arbeitslosenquote der über 50-jährigen

mit 2,7 Prozent relativ tief, doch seien diese stärker von Langzeitarbeitslosigkeit betroffen, so Philipp C. Bauer vom SAV.

Fortsetzung auf Seite 12

Politisch viele offene Fragen

Die politischen Unwägbarkeiten bei der Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative (MEI) sind gross. Der Bundesrat will bis Ende Jahr ein Konzept vorschlagen, das auf drei Säulen basiert: dem vom Volk angenommenen Verfassungsartikel, der Revision des Freizügigkeitsabkommens (FZA) mit der EU und den begleitenden Massnahmen zur besseren Ausschöpfung des inländischen Arbeitskräftepotenzials. In ihrer nächsten Sitzung Mitte Monat dürfte sich die Regierung darüber unterhalten, dass eine dieser Säulen aller Wahrscheinlichkeit nach wegfällt. Die EU hat die Schweiz Ende Juli wissen lassen, dass sie zu einer Revision des FZA nicht bereit sei.

Der Branchenverband hotellerieuisse ist über den Arbeitgeberverband und den Gewerbeverband an der Meinungsbildung zur Umsetzung der MEI beteiligt. Die beiden Spitzenverbände gehören einer vom Bund geführten Expertengruppe an, in der auch die Bauern und die Gewerkschaften vertreten sind. Sie wird Anfang September zum nächsten Mal zusammentreten.

Kontingente für Kurzaufenthalter im Fokus der Bemühungen

hotellerieuisse macht sich für eine möglichst flexible Ausgestaltung der vorgeschlagenen Kontingentierung stark. «Brenzungsmodelle, die zwischen Branchen oder Regionen diskriminieren oder ausschliesslich

Hochqualifizierte privilegieren, lehnen wir ab», sagt CEO Christoph Juen. Er strebt unbürokratische und somit günstige, schnelle Bewilligungsverfahren an.

Ein für die Branche ebenso wichtiger Punkt ist eine möglichst lange Dauer der kontingentbefreiten Kurzaufenthalte. Im Bundesratsentwurf ist vorgesehen, Aufenthalte ab vier Monaten zu kontingentieren. Hotellerieuisse hingegen fordert eine Kontingentsbefreiung bis zwölf Monate. «In dieser kurzen Periode findet keine Verlagerung des Lebensmittelpunktes statt», erklärt Juen. Bei aller politischen Ungewissheit ist jetzt schon klar: Die Widerstände gegen dieses Anliegen der Hotellerie werden sehr gross sein. axg

www.hotellerieuisse.ch/beraternetzwerk

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

Die Schweizer Fachmesse für Gastgewerbe, Hotellerie & Gemeinschaftsgastronomie Luzern

ZAGG

1000 SINNE
Ihre Sinne werden Augen mitschen

7. BIS 10.9.2014
MESSEHÄLLEN
MESSE LUZERN

swiss hospitality solutions

Ihr Partner! für Yield- und Revenue Management

ANZEIGE

Ihr Experte für Kauf und Verkauf von Restaurationsbetrieben.
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)

Werde unser neuer **F & B Manager** und erhalte neben einer spannenden Berufsaufgabe noch ein GRATIS GA dazu. Zögere nicht und ruf an: Hotel Graubünden 081 111 11 11

Bewirb dich als Réceptionist/-in und gewinne eine Reise aufs Matterhorn

Gesucht: **Direktionsassistent/-in**
Dich erwartet nebst einer interessanten Herausforderung eine eigene Fünf-Sterne-Personalwohnung
Melde dich im Hotel Berner Oberland unter 033 256 11 11

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per 1. September **Koch/Köchin 100%**

«Darf's es bitzeli meh sy?» Hotels mit vielen einheimischen Arbeitnehmern übertreffen gezielt die üblichen Anstellungsbedingungen.

Bildmontage Carla Barron

Einheimische mit Lohn und Belohnung locken

Wer Schweizer Mitarbeitende haben will, muss viel dafür tun: Das zeigen ein Traditions- und ein Trendbetriebe und ein Berghaus. Mindestlohn reicht nicht.

GU DRUN SCHLENZEC

Dem ausgetrockneten Arbeitsmarkt für Fachkräfte zum Trotz: Es gibt sie noch, die gastgewerblichen Betriebe in der Schweiz, welche vornehmlich mit Schweizer Mitarbeitenden ihre Leistungen erbringen. Ein Betrieb, der von jenen Hoteliers, die mit dem Fachkräftemangel zu kämpfen haben, immer wieder als Vorzeigebetrieb diesbezüglich ge-

nant wird, ist das Hotel Hof Weissbad. 85 Prozent der Mitarbeitenden des appenzelischen 4-Sterne-Superior-Hotels stammen aus der Schweiz, weiss Gastgeber Christian Lienhard stolz zu berichten. Davon seien wiederum rund zwei Drittel direkt aus der Region. Wie er das schafft, verrät der Manager des im letzten Jahr mit dem Swiss Arbeitgeber Award ausgezeichneten Hauses: Zentral sei die Investition in den Nachwuchs. Jeder zehnte Mitarbeitende im Hof Weissbad ist ein Lernender. «Viele kommen nach ihren Wanderjahren wieder zurück», erzählt Lienhard. Praktikanten von Hotelfachschulen sorgen für den entsprechenden Kadernachwuchs.

Den hohen Anteil an Schweizer Mitarbeitenden lässt sich Lienhard einiges kosten. Im Schnitt

«Eigentlich hätten wir im Gastgewerbe genügend Mitarbeitende.»

Christian Lienhard
Hotel Hof Weissbad

liege das Lohnniveau in seinem Betrieb 10 Prozent über dem im L-GAV festgelegten Mindestlohn. Wer am Wochenende seine Arbeitskraft zur Verfügung stellt, erhält dafür mehr Lohn, im Durchschnitt 300 bis 400 Franken pro Monat zusätzlich. «Das wird sehr gern genommen», weiss Lienhard. «Bei uns arbeitet niemand für den Mindestlohn.» Zudem stehen jedes Jahr 3,3 Prozent des Jahreslohns für Weiterbildungen, auch komplett branchenfremde, zur Verfügung. Die Möglichkeit verfällt nicht, der Anspruch kumuliert

Christian Lienhard

sich sogar über die Arbeitsjahre. Im Gegenzug verpflichtet sich der Mitarbeitende, ein Jahr länger im Hof Weissbad mitzuarbeiten.

Mitarbeiter halten ist billiger als ein Mitarbeiterwechsel

Die höheren Kosten machen sich bezahlt, ist der Hotelier überzeugt: Die meisten seiner Mitarbeitenden bleiben mehr als zehn Jahre, das erspare ihm viel Rekrutierungsaufwand.

«Ein Küchenchefwechsel kostet mich zwischen 300 000 und 400 000 Franken.»

Mehr Lohn ist nicht alles, was Lienhard seinen Angestellten gewährt. Weitere Vorteile sind der Gratis-

Eintritt in den Wellnessbereich oder die Möglichkeit, über die Hotel-Kooperation Private Selection für 60 Franken pro Nacht eines der insgesamt 54 Luxushäuser zu testen. 20 bis 30 Prozent der Belegschaft nutzen das Angebot.

Ausschliesslich von Schweizer Personal bedient und bekocht wird der Gast auf dem Niesen, dem Thuner Hausberg. Der reine Sommerbetrieb zählt an die 50 Mitarbeitende, welche die Geschäftsführerin Maria Hari in der Wintersaison Betrieben in Adelsboden vermittelt. Zwei Drittel der Belegschaft kämen im Folgejahr wieder zu ihr. Auch sie zahlt immer mehr, als der L-GAV vorschreibt, seit einigen Jahren erhält jeder Mitarbeitende ab dem zweiten Arbeitsjahr das SBB-Halbtaxi gratis – mit der Niesenbahn fah-

«Mitarbeitende so behandeln, dass sie es bereuen, wenn sie nicht wiederkommen.»

Maria Hari
Berghaus Niesen Kulum

Nur, wenn alle Betriebe mit Bonusprogrammen und höherem Lohn locken, grösser wird der Kuchen an inländischen Arbeitskräften aus dem Gastgewerbe dadurch nicht. Christian Lienhard ist trotzdem überzeugt, dass der inländische Arbeitsmarkt durchaus für alle reichen könnte. Dafür brauche es jedoch eine «Strukturereinigung», zu viele wirtschaftlich angeschlagene Betriebe seien heute noch auf dem Markt, die mit um die begehrten Arbeitskräfte buhlen. Zudem setzt Lienhard auf Quereinsteiger, insbesondere in der Restauration. «Im Service sind 30 Prozent unserer Mitarbeitenden Quereinsteiger.» Sie kämen aus unterschiedlichsten Branchen: Bankwesen, Versicherung, Lebensmittelproduktion. «Eigentlich hätten wir im Gastgewerbe genügend Mitarbeitende», so das Fazit von Lienhard.

Fortsetzung von Seite 11

Die SAV-Initiative soll in einem ersten Schritt evaluieren, welche Rahmenbedingungen geändert werden müssen, um das Problem zu entschärfen. In einem zweiten Schritt sollen Best-Practice-Leitlinien abgeleitet werden, um die Unternehmen besser für das Thema zu sensibilisieren. Eine erste Sitzung hat im Juni stattgefunden, frühestens Ende Jahr erwartet Bauern Ergebnisse.

Urs Masshardt, Geschäftsführer der Hotel & Gastro Union, gibt sich skeptisch, inwieweit Ältere ein Arbeitskräftepotenzial darstellen. «Ältere Arbeitnehmer für das Gastgewerbe zu mobilisieren, ist in der Regel schwierig.» Er sage das als Arbeitnehmervertreter mit schwerem Herzen, könne aber die Tatsache nicht verschweigen. Viele Köche wechselten, wenn sie

Mitte dreissig sind, in ein Heim oder Spital. Potenzial sieht er wie das SBFi in der Bildung. «Bei der Qualität darf das Gastgewerbe keine Kompromisse eingehen.

Dazu braucht es Fachkräfte.» Masshardt möchte dafür den L-GAV-Vollzugskostenbeitrag stärken. Die 89 Franken pro Jahr und Betrieb resp. Arbeitnehmer fliessen zum Teil in die Ausbildung. «Eine Erhöhung des Vollzugskostenbeitrages um 10 Prozent würde ich begrüssen.»

Beim Seco dämpft Maya Rolewicz, wissenschaftliche Verantwortliche der Fachkräfteinitiative, zu grosse Hoffnungen. «Die Fachkräfteinitiative ist keine Lösung für alles.» Zum einen brauche das

Engagement Zeit – «2017 wird die Fachkräfteinitiative noch nicht komplett greifen» –, zum anderen seien die Unternehmen selbst die entscheidenden Akteure. Zum Beispiel betreffend älterer Arbeitnehmer: «Der Bund kann zwar die negativen Anreize verringern. Zum Einstellen können und wollen wir jedoch niemanden zwingen.» Das Gleiche gelte für den Berufseinstieg: «Jeder hat die freie Wahl, welchen Beruf er wählt.»

«Die Fachkräfteinitiative ist keine Lösung für alles. Das Engagement braucht Zeit.»

Maya Rolewicz
Seco

Branchenspezifische Massnahmen sieht die Fachkräfteinitiative nicht vor. Obwohl besonders betroffen von der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative, findet das Gastgewerbe beim

Bund bis anhin wenig Gehör. Auf eine Interpellation von Nationalrätin Silvia Semadeni antwortete der Bundesrat, dass keine zusätzliche Image- oder Bildungsoffensive für den Tourismus vorgesehen ist. Erschwerend kommt hinzu, dass die gängigen Berufe des Gastgewerbes vom Seco nicht

als «Mangelberufe» eingestuft werden, obwohl der Deckungsgrad oft ungenügend ist (siehe Tabelle). Grund: Das Beschäftigungswachstum erwies sich, ausser beim Küchenpersonal, als knapp nicht signifikant.

Von Verbandsvertretern und Hoteliers immer wieder gefordert

wird eine Imagekorrektur der Branche als Arbeitgeber. Nicole Meier, stell. Leiterin Bildung bei hotelleriesuisse, betont jedoch, dass es bei einem realen Abbild bleiben muss. «Weder Betrieben noch Berufseinsteigern ist gemeint, wenn falsche Erwartungen geweckt werden.»

Gastgewerbe: Tiefer Deckungsgrad und hohe Zuwanderung

Referenzwert für die Gesamtwirtschaft	Deckungsgrad CH: 105%	Zuwanderung (10 J.) CH: 14,1%	Beschäftigungswachst. CH: 1,12	Anzahl Beschäftigte 2010/2011
Berufe Gastgew. u. Hotellerie				
Geschäftsführer/-innen				
von Gaststätten u. Hotels	101%	14,9%	0,85%	27945
Empfangspers. u. Portiers	66%	22,2%	1,04%	10261
Servicepersonal	54%	25,4%	0,95%	51789
Etagen-, Wäscherei- und Economatpersonal	31%	45,4%	1,15%	5011
Küchenpersonal	121%	29,1%	1,22%	64776
Andere Berufe des Gastgew.	116%	21,4%	1,22%	16135

Quelle: Seco

Das Gastgewerbe bangt wie kaum ein anderes um die Personenfreizügigkeit mit der EU. Die Kosten wären in der Tat sehr gross, aber womöglich geringer als angenommen.

ALEX GERTSCHEN

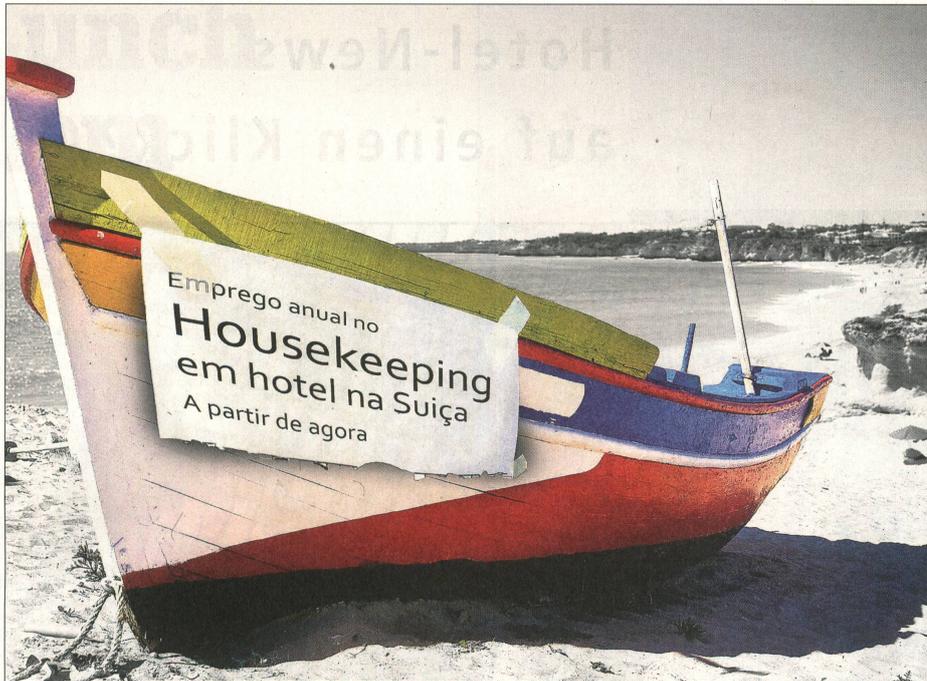
Beis Ende Jahr will der Bundesrat den Gesetzesentwurf zur Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative (MEI) in die Vernehmlassung schicken. Im Gastgewerbe ist die Furcht vor dem Ende der Personenfreizügigkeit wesentlich ausgeprägter als in anderen Branchen. Von der htr hotel revue ausgewertete Daten des Bundesamts für Statistik zeigen: Diese Furcht ist gut begründet, die Branche aber womöglich besser aufgestellt, als gemeinhin angenommen.

Im Vorfeld der Abstimmung über die MEI am 9. Februar befragte das Forschungsinstitut BAK Basel mehrere Hundert Unternehmen zur Bedeutung der Personenfreizügigkeit. Dabei zeigte sich, dass Arbeitnehmer aus der EU-25 (ohne Bulgarien, Rumänien und Kroatien) im Gastgewerbe einen markant höheren Stellenwert haben als in anderen Branchen.

Unter den gastgewerblichen Betrieben hielten sie 96 Prozent für wichtig, sehr wichtig oder gar unverzichtbar. In der Textil- und Bekleidungsindustrie (75 Prozent), in der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie (74 Prozent) und im Finanzsektor (55 Prozent) waren zum Teil deutlich weniger Unternehmen dieser Meinung.

Aufwärtsdruck bei Löhnen, Abwärtsdruck beim Gewinn

Entsprechend unterschiedlich wurden die Folgen des möglichen Endes der Personenfreizügigkeit eingeschätzt. Über alle Branchen hinweg rechneten rund 55 Prozent der Unternehmen mit sinkenden bis sehr stark sinkenden Gewinnen, im Gastgewerbe hingegen 80 Prozent. Der wohl wichtigste Grund dafür liegt im befürchteten Lohndruck: Fast 80 Prozent der gastgewerblichen Betriebe erwarteten ohne Personenfreizügigkeit steigende bis sehr



Enormes Interesse: Zuletzt haben Zehntausende Portugiesen im Schweizer Gastgewerbe Arbeit gefunden. Steve Woods,123rf/Bildmontage C. Barron

Mehr Schweizer und Daueraufenthalter

stark steigende Lohnkosten, während insgesamt nur knapp 40 Prozent der Unternehmen diese Ansicht vertreten.

In diesen Erwartungen spiegelt sich die enorme Wirkung, die das Freizügigkeitsabkommen (FZA) mit der EU entfaltet hat und im jüngst erschienenen zehnten Bericht des Bundes zum FZA dokumentiert wird. Gemäss dem Bericht stieg die durchschnittliche Nettozuwanderung aus der EU und der Europäischen Freihandelsassoziation (Efta), die in den 1990er-Jahren praktisch bei null

gelegten hatte, nach dem Inkrafttreten des FZA 2002 auf über 40 000 pro Jahr. Die durchschnittliche Nettozuwanderung aus Drittstaaten betrug vor und nach 2002 praktisch unverändert 26 000 pro Jahr.

Der massive Anstieg der Immigration aus der EU folgte nicht nur veränderten politischen Regulierungen, sondern auch ökonomischen Bedürfnissen. Im Bericht des Bundes zum FZA wird betont, dass die Zuwanderung in den 1990er-Jahren vom Familiennachzug, jene nach 2002 hingegen von der Arbeitsmigration dominiert wurde. Einen wesentlich stärkeren Einfluss als die wirtschaftliche Situation im Herkunftsland übte dabei die Arbeitslosenquote in der Schweiz aus: Je tiefer diese war, umso mehr wuchs der Zustrom an.

Interessant ist, dass das Gastgewerbe den Anteil schweizerischer Arbeitskräfte trotz der starken Einwanderung wahrscheinlich gesteigert hat. Während die Anzahl Beschäftigte um mindestens 20 000 abnahm, stieg jene der einheimischen Erwerbstätigen um über 10 000. Als gewiss kann diese Verschiebung nicht bezeichnet werden, weil das statistische Datenmaterial kein vollständiges Bild zulässt, es keine einheitliche Erhebung aller Erwerbstätigen mitsamt Nationalität und Migrationsstatus gibt (vgl. Zweittext).

Schwarzer Migrationssaldo wegen geringerer Rückwanderung

Eine zweite, bekannte Entwicklung des letzten Jahrzehnts ist die Verschiebung innerhalb der ausländischen Arbeitnehmerschaft: Die Anzahl Erwerbstätiger, die dank einer B-Bewilligung zur ständigen Wohnbevölkerung zählen, hat auf Kosten solcher mit einer L-Bewilligung massiv zugenommen. Aus Kurz- sind Daueraufenthalter geworden.

Im jüngsten Bericht des Bundes zum FZA wird die erhöhte Netto-

zuwanderung in die Schweiz denn auch primär mit der stark verringerten Rückwanderung erklärt.

Das wichtigste Beispiel dafür dürften die Portugiesen sein. Sie

sind für 20 Prozent (!) des positiven Wanderungssaldos mit den EU-27- und Efta-Staaten seit 2002 verantwortlich. Nur die deutschen Einwanderer sind mit einem An-

teil von 39 Prozent noch bedeutungsvoller.

Vor diesem Hintergrund gewinnt bei der Umsetzung der MEI ein Aspekt an Bedeutung, der bisher im Schatten der Frage stand, wie die Kurzaufenthalter künftig zu kontingentieren sind: die Gültigkeit der B-Bewilligungen. Der Branchenverband hotellerieuisse geht davon aus, dass erneuerte B-Bewilligungen nicht allfälligen Kontingenten angerechnet würden. Wird dem so sein, lässt sich der Umfang der migrationspolitisch prekären Arbeitnehmer im Gastgewerbe auf höchstens 15 Prozent beziffern – auf jene, die weder Schweizer sind noch eine B- oder C-Bewilligung haben.

B-Bewilligung kann künftig wohl vorzeitig erlöschen

In diesem Zusammenhang blickt die Branche auch gebannt auf die laufende Teilrevision des Ausländergesetzes, die bereits vor der Abstimmung über die MEI in die Wege geleitet worden war. Der Revisionsentwurf von Ende Juni sieht vor, dass neu seine B-Bewilligung verliert, wer länger als sechs Monate ohne Erwerbstätigkeit ist. Bezieht die ausländische Person Arbeitslosengeld, erlischt die Bewilligung sechs Monate nach Beendigung der Zahlungen.

Mit dieser Verschärfung wird der Missbrauchsbekämpfung Rechnung getragen, ohne dass der Verlust der Arbeit – etwa zwischen zwei Saisons – automatisch zum Verlust der Aufenthaltsbewilligung B führt. Ein solcher Automatismus würde das Arbeitskräfteangebot weiter verknappen. Dass er im Entwurf fehlt, dürfte im Gastgewerbe begrüsst werden.

Ohne Zweifel: Die Kurzaufenthalter sind für das Gastgewerbe nach wie vor enorm wichtig, um die saisonalen Nachfragespitzen brechen zu können. Aber ihre Bedeutung hat im letzten Jahrzehnt überraschend stark abgenommen. Erreicht hotellerieuisse das angestrebte grosszügige Regime für L-Bewilligungen (s. Zweittext Seite 11), könnte sich der unmittelbare Schaden der MEI für die Branche in engeren Grenzen halten als gemeinhin befürchtet.

Die Statistik ist lückenhaft

Das statistische Bild von der Herkunft der Arbeitnehmer im Gastgewerbe ist ein unvollständiges. Dies liegt daran, dass sich die zwei massgeblichen Erhebungen des Bundes, die Beschäftigungsstatistik (Besta) und die Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (Sake), auf unterschiedliche Grundeinheiten beziehen.

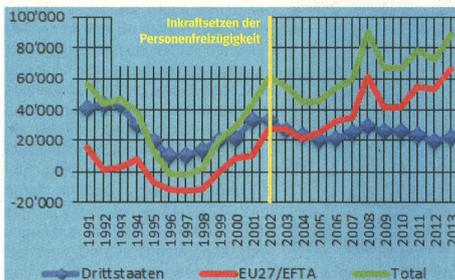
Die Besta enthält die Anzahl, nicht aber die Nationalität und den Migrationsstatus aller Beschäftigten. Die Sake verrät zwar letztere Informationen, aber nur bezüglich der ständigen Wohn-

bevölkerung. Die für das Gastgewerbe wichtigen Grenzgänger und Kurzaufenthalter berücksichtigt sie nicht.

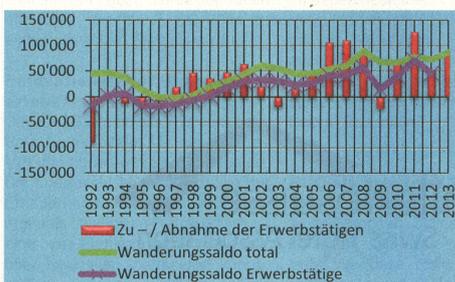
Für diesen Artikel ist die Anzahl der erwerbstätigen Schweizer, der ausländischen Dauer- und Kurzaufenthalter sowie der Grenzgänger mit dem Beschäftigungstotal gemäss Besta verglichen worden. Gegen dieses Vorgehen spricht mitunter, dass ein Erwerbstätiger mehreren Beschäftigungen nachgehen kann. Die berechneten Anteile dürfen deshalb nicht als exakt aufgefasst werden.

Dieser Vorbehalt beeinträchtigt die Hauptaussage aber nicht: Die Zahl der Schweizer und der im Inland ständig wohnhaften Ausländer im Gastgewerbe ist im letzten Jahrzehnt bei abnehmender Beschäftigung gewachsen. Im Umkehrschluss ist die Bedeutung der Kurzaufenthalter zurückgegangen.

Die Zahl der Grenzgänger ist zwar gestiegen, allerdings auf tiefem Niveau, sodass sie nur in wenigen Kantonen bedeutsam ist. Allein auf den Kanton Genf entfällt ein Drittel aller Grenzgänger im Gastgewerbe. axg



Der Wanderungssaldo der ausländischen Wohnbevölkerung in der Schweiz vor und mit der Personenfreizügigkeit mit der EU.

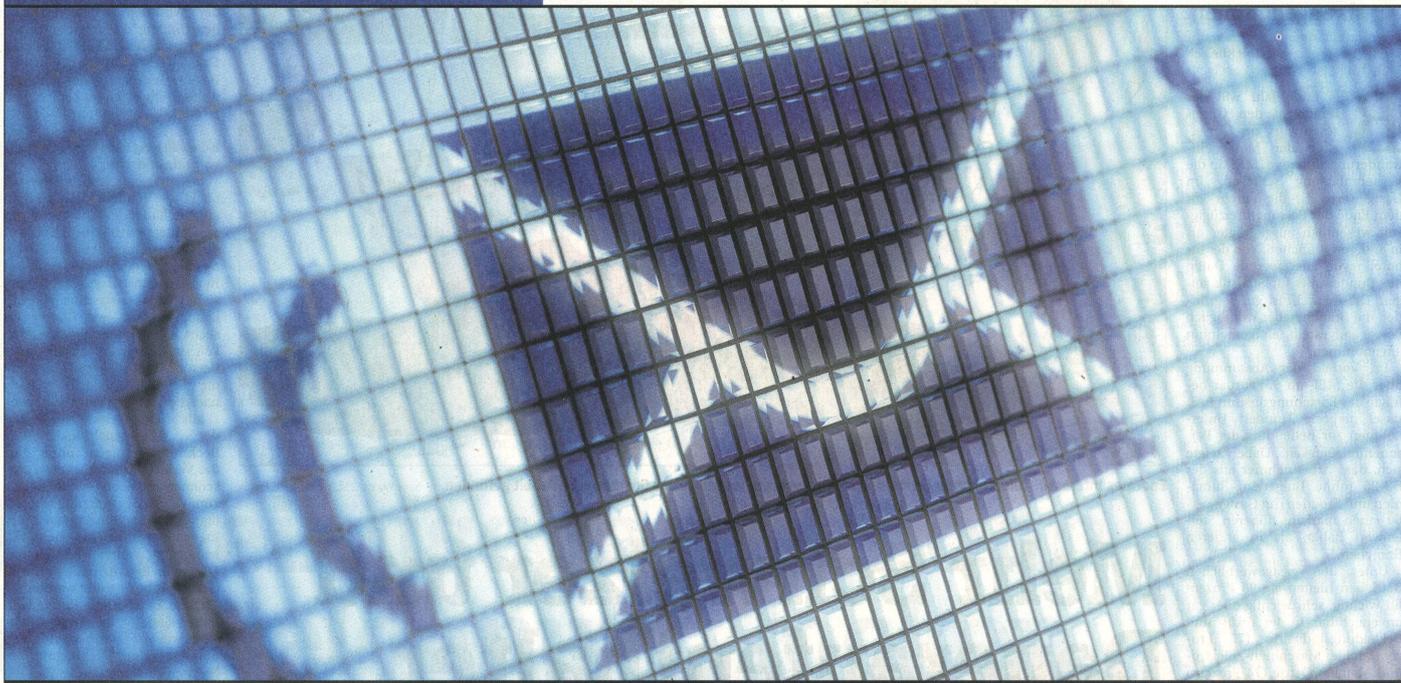


Die Einwanderung ist stark vom Zustand des Arbeitsmarktes in der Schweiz beeinflusst worden. Quelle: Seco u.a. Grafiken: A. Daschi



Im Gastgewerbe arbeiten deutlich mehr Schweizer und ausländische Daueraufenthalter als früher. Quelle: BFS, eigene Berechnungen

Hotel-News auf einen Klick?



Der elektronische Newsletter von hotelleriesuisse informiert Sie ...

... monatlich über branchenspezifische, politische, wirtschaftliche
und bildungstechnische Neuigkeiten sowie über aktuelle Angebote
des Verbandes.

Registrieren Sie sich jetzt unter
www.hotelleriesuisse.ch/newsletter



hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Lunch aus dem Weckglas

Pasteurisierte Kost aus dem Weckglas ersetzt die warme Anlieferung: Im Zürcher Swisscom-Tower fällt kein Food-Waste mehr an.

GUDRUN SCHLENCZEK

In der öffentlichen Gastronomie oder im Event-Catering trifft man sie immer wieder an: bunt gefüllte Einmachgläser. Der Inhalt hat dabei oft nur wenig mit dem traditionellen Einweckzweck dieser dickwandigen Gläser mit Gummibündelung zu tun. Präsentiert werden in den traditionellen Gefässen gern geschichtete Salate, Desserts oder Kuchen. Ganz anders im Swisscom-Tower in Zürich. Seit Ende Juni serviert das Küchenteam des Personalresta-

rants alle drei täglich zur Auswahl stehenden Hauptspeisen pasteurisiert aus dem Einmachglas. Sowohl traditionell Schweizerisches als auch internationale Kost stehen auf dem Menüplan, wie Waadtländer Saucisson, Lammgericht, Schweinsgeschnetzeltes oder Pouletstreifen an Currysaucen. Speisen also, bei denen man genauso ein Tellergericht vermuten könnte. Denn mit der neuen Präsentationsform folgt Uwe Albrecht, Key Account-Manager für die Swisscom-Restaurants der SV-Group, im Zürcher Swisscom-Tower keinem Trend: «Die Lösung ist aus der Not heraus geboren», erklärt Albrecht.

Der Grund für die Umstellung auf das Weckgläser-Konzept liegt in der Location. Das Personalrestaurant im obersten Stockwerk des Swisscom-Towers verfügt über keine Abluftmöglichkeit,

Prozent der warm gelieferten Speisen entsorgt werden. Heute werden die Speisen im Zürcher Swisscom-Restaurant Binz im Cook & Chill-Verfahren produziert, in Weckgläsern portioniert und anschliessend pasteurisiert. Damit sind die rund 450-grammigen Mahlzeiten bis zu 20 Tage haltbar und können im Swisscom-Tower in der Mikrowelle à la minute für den Gast regeneriert wer-

«Eine Alternative für kleine Betriebe ohne eigene Produktionsküche.»

Uwe Albrecht
SV Group Schweiz

den. Der Preis liegt wie in allen anderen Swisscom-Restaurants bei Fr. 9.90 für die täglich wechselnden Gerichte. «Die Nachfrage schwankt stark. Manchmal verkaufen wir 30, manchmal 100 Menüs», verdeutlicht Uwe Albrecht. Was im Swisscom-Tower nicht verkauft werden kann, wird ans deutlich grössere Swisscom Restaurant Binz retourniert und dort verkauft. «Der Food-Waste ist so praktisch null», freut sich Uwe Albrecht. Das wirke sich natürlich auch auf die Warenkosten und damit betriebswirtschaftlich aus.



Das Menü im Einmachglas geschichtet: Trendige und pragmatische Lösung für Kleinstbetriebe.

System verbundene Arbeitsaufwand. In der Produktionsküche kämen das Abfüllen und der Pasteurisationsprozess dazu. Im Restaurant bedient sich der Gast nicht mehr wie vormals am Free-Choice-Buffet selbst, die Mitarbeitenden müssen die Gerichte erhitzen und bereitstellen. Dafür stehen nun auch noch nach der Mittagszeit warme Speisen im Angebot. Um dem mittäglichen Ansturm gerecht zu werden, wird ein Teil der Menüs von der externen Produktionsküche warm angeliefert. Zusätzliche Kosten entstehen durch die Anschaffung der Weckgläser und Mikrowellenöfen.

Ins Einmachglas kommt nur Geschnetzeltes

Nicht zu unterschätzen sei jedoch der mit dem Weckgläser-

also alles, was mit Gabel oder Löffel geniessbar ist. «Fleischvogel oder Schnitzel findet man nicht auf der Speisekarte», bemerkt Albrecht. Für die Weckgläser-Linie mussten die SV-Group-Köche neue Rezepte schreiben.

Für das Anrichten im Weckglas eignen sich als Fleischgerichte ausschliesslich «Geschnetzeltes»,

Profiterolen konnte Albrecht bei der Einführung von der Erfahrung der Alumni-Lounge der ETH Zürich, die ebenfalls von SV Schweiz betrieben wird. Hier wird jedoch vor Ort gekocht, kalt präsentiert und frisch regeneriert.

Ob das Einmachglas auch an anderen Standorten Einzug halten wird, ist offen. Uwe Albrecht: «Für kleine Betriebe ohne eigene Produktion oder auch für den gehobenen Detailhandel könnte das eine Option sein.»

PUBLIREPORTAGE

ZAGG 2014: Die Messe für alle Sinne

Die diesjährige ZAGG wird ein sinnliches Erlebnis. Zu den Highlights gehören die neue Plattform Forum Futura und der European Culinary Challenge, der sich zum Teamevent wandelt.

«Ihre Sinne werden Augen machen» – das ist das Credo der ZAGG 2014. Die Messe will die Sinne der Besucherinnen und Besucher zum Staunen bringen und die Vielfalt der Gastronomie, Hotellerie und Restauration aufzeigen. Die Idee einer Messe, die alle Sinne anspricht, war bereits an der letzten ZAGG 2012 bekannt. Messeleiterin Suzanne Galliker erinnert sich, wie es zur Zusammenarbeit mit Coolinariker Urs Messerli kam: «Er hielt an der ZAGG 2012 im Jugendforum einen Vortrag über Sensorik. Da das Thema «1000 Sinne» bereits bekannt war, war es naheliegend, dass wir ihn für die Mitarbeit am Konzept anfragten.» Gemeinsam haben die beiden Ideen entwickelt, wie die ZAGG 2014 zu einem sinnlichen Erlebnis wird.

Innovationen der Branche erleben

Die ZAGG bleibt ein Treffpunkt der Branche mit einem Mix aus Ausstellern und attraktiven Sonderschauen. Sie überrascht aber gleichzeitig mit Erneuerungen. So bietet die ZAGG erstmals das Forum Futura. «Dies ist eine neue Plattform, an der man sich über Neuheiten informieren kann», erklärt Suzanne Galliker. «Eine Showküche bildet das Zentrum dieser Innovationsplattform, rundherum



Ein wichtiger Treffpunkt für die Branche: die Fachmesse ZAGG vom 7. bis 10. September 2014 in Luzern.

befinden sich Innovations-Inseln», an denen neue Ideen, Lösungen und Produkte vorgestellt werden. Es ist geplant, dass das Forum Futura auch in den kommenden Jahren stattfindet, denn die innovativen Ansätze der Branche sollen zu einem festen Bestandteil der ZAGG werden.

ECC als kreativer Teamevent

Das unmittelbare Erleben steht auch beim European Culinary Challenge im Mittelpunkt. Das neue Konzept sieht vor, dass nicht mehr Mannschaften, sondern Betriebe gegeneinander kochen. Zudem versprechen die neuen Regeln mehr Span-

nung und Dynamik. Die Teams können sich nicht mehr vor dem Wettkampf in Ruhe vorbereiten und ihr Menü x-mal ausprobieren. Sie erhalten erst am Morgen des Wettkampftages ihren «Warenkorb». Die Frage ist: Welches Team schafft es, unter Zeitdruck die überzeugendste Kreation für die 40 Gäste und 5 Jurymitglieder zu zaubern? Die Wettkämpfe werden in Glasküchen ausgetragen. Jeweils zwei Betriebe treten gegeneinander an und kämpfen um den Tagessieg, dies unter den Augen des Publikums sowie der Juroren. Gleiches gilt für den Teamwettbewerb Restauration. Der Berufsverband führt zum zweiten Mal den Team-

challenge durch. Lernende Restaurationsfachmänner und -frauen treten als Klasse an. Die Teams kommen aus der ganzen Deutschschweiz und wollen beweisen, dass sie ihr Metier beherrschen. «Der Culinary Challenge und der Teamwettbewerb Restauration haben sich bewährt, und wir freuen uns auf die verschiedenen Betriebe und Schulklassen, die sich engagieren», sagt Messeleiterin Suzanne Galliker.

Neues, modernes Messe-gelände

Die Messe setzt gleichzeitig auf Bewährtes, wie das Esstaurant Dyhrberg, den Bar Floor oder die Koch-

arena, die wieder auf grosses Interesse stossen wird. Die Events, Sonderschauen und Wettbewerbe sind umgeben von innovativen Ausstellern, die ihre Produkte und Dienstleistungen präsentieren. Die Ausstellungsfläche ist in diesem Jahr um rund 2000 m² grösser als 2012. Dies wurde möglich, weil das Messegelände der Messe Luzern neu gestaltet wurde. Die Hallen sind grosszügiger und mit moderner Infrastruktur ausgerüstet. Zudem besteht mit der neuen Haltestelle der Zentralbahn eine verbesserte Anbindung an den öffentlichen Verkehr, und die Parkplatzsituation hat sich ebenfalls verbessert.



Die Expertin weiss Rat

Mit Content Gäste gewinnen



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

Viele Hoteliers erstellen und aktualisieren den Content ihrer Hotelbeschreibung auf den Buchungsplattformen selbst. Damit lassen sich erhebliche Marktanteile erzielen – wenn man es richtig anpackt.

Auf Online-Buchungsplattformen ist guter Content das A und O. Bilder und Hotelbeschreibungen beeinflussen nicht nur das Ranking, sie sind oft gar verantwortlich für Erfolg oder Misserfolg von Hotelbetrieben im Online-Vertrieb. Doch was ist eigentlich guter Content? Was muss ich tun, damit dieser verkaufsfördernd wirkt? Nachfolgend ein paar elementare Regeln, die es unbedingt zu beachten gilt.

Welche Art von Bildern gilt es zu hinterlegen?

Antwort: Ein Bild sagt bekanntlich mehr als tausend Worte. Dies gilt auch für die Hotelbranche. Mit Bildern sprechen Sie Ihre Kunden auf emotionaler Ebene an. Attraktive Fotos eignen sich besonders gut, das Fühlen und Denken Ihrer potenziellen Gäste – und damit womöglich auch deren Buchungsverhalten – zu beeinflussen. Wer sein Hotel online effektiv verkaufen will, braucht also vor allem eines: ansprechende, stets aktuelle Bilder! Und dies auf allen Plattformen: Auf Metasearchengines wie Trivago, Bewertungsportalen wie TripAdvisor, auf globalen und nationalen Buchungsplattformen wie booking.com, expedia.de oder STC und – nicht zu vergessen – auf swisshoteldata, der Schweizer Hotel-Datenbank von hotellerie suisse. Seien Sie bedacht bei der Wahl Ihrer Sujets. Unterlassen Sie unbedingt



Exklusives gekonnt in Szene setzen! Das «Ambassador» in Crans-Montana weiss wie.

Fotos mit Logos, Personen oder Mahlzeiten. Auch nicht buchbare Dienstleistungen sollten keinesfalls auf Ihren Fotos ersichtlich sein. Vergessen Sie die textlichen Bausteine nicht. Zu qualitativ gutem Content gehören auch passende Bildunterschriften, einige Aufnahmen der Umgebung oder der Destination sowie ein aussagekräftiger, knackig formulierter Hotelbeschrieb.

Wie viel Content ist optimal?

Antwort: Grosse OTAs wie booking.com bieten dem Hotelier ein nützliches Tool, um auf den ersten Blick sehen zu können, wie es um den Umfang der Text- und Bildbeiträge steht: den sogenannten Content Score. Dieser gibt in Prozent ausgedrückt Auskunft über die Qualität des hinterleg-

ten Contents. Das Maximum von 100% wird wie folgt erreicht: 20 bis 45 Bilder, mindestens 4 Bilder pro hinterlegten Zimmertyp, passende Zimmerbeschreibungen inkl. Angaben zu Grösse in m² und Bettenkonfiguration (Twin, King, Queen, etc.).

Warum sind Qualität und Ausmass des Contents derart wichtig?

Antwort: Erfahrungsgemäss erhält ein Hotel mit einem Content Score von über 90% bereits in den ersten 10 Tagen nach Aufschaltung die erste Buchung. Wer diese Aufgabe jedoch vernachlässigt, kann darauf schon mal bis zu einem Jahr lang warten. Neben Faktoren wie Verfügbarkeitspflege, Zahlungsverhalten und Kundenbewertungen ist auch der Content Score für das Ranking bei den OTAs

mitverantwortlich. Wenn Sie Ihrem Content nicht genügend Beachtung schenken, verspielen Sie sich womöglich unnötigerweise einige Ränge, was sich schnell einmal in geringeren Buchungszahlen bemerkbar macht. Ausserdem senkt genügend Bildmaterial erwiesenermassen das Risiko von schlechten Bewertungen. Kann sich der Kunde vor der Anreise ein klares Bild des Betriebes machen, so trüben weniger falsche Erwartungen das Erlebnis vor Ort. Seien Sie sich also der Macht des Contents bewusst: Ihr Auftritt im Web ist das Spiegelbild Ihres Betriebes! Leisten Sie sich deshalb ruhig einen professionellen Fotografen und nehmen Sie sich genügend Zeit für die stetige Aktualisierung Ihres Contents.

STC als kompetente Dienstleistungs-Partnerin

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



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

E-Mail:
hotelhelpdesk@stc.ch

MARKTNOTIZEN

Mehr direkte Buchungen erzielen

Wenn es darum geht, ein Hotelzimmer zu buchen, dann benutzen heute viele Interessierte das Internet. Ob über TripAdvisor, Trivago und ähnliche Plattformen – man sucht nach einer passenden Unterkunft. Mit wenigen Klicks kann man sich das gewünschte Zimmer buchen – und beim Hotel fällt so gleich auch eine satte Kommission an die OTAs an.

Muss das sein, fragen sich viele Hoteliers? Oder gibt es doch Möglichkeiten, der zunehmenden Präsenz der OTAs entgegenzuwirken?

Ja, die gibt es.

Mit einer gezielten Keywordwerbung (Adwords) sorgt man dafür, dass man bei Google mit einer Anzeige ganz oben steht, wenn jemand in der Suchmaske einen relevanten Begriff eingibt. Mit einem Klick auf die Anzeige hat man den Suchenden direkt auf die Website geführt. Und ganz wichtig zu wissen: Man bezahlt nur für den Klick!

Eine weitere Möglichkeit ist der Direktlink auf das Hotel bei Trivago.

Dieser Link steht ganz oben bei den Hotelpreisen und führt ebenfalls direkt zur Website.

Informationen und eine ausführliche Beratung beim Spezialisten für die Hotelbranche: Adworld Tourism Consulting AG, Zürich
Telefon 044 520 01 01

www.adworld.ch

Steigenberger Berlin
★★★★★ 9 Berlin

Offizielle Webseite des Hotels 101CHF
Booking.com 102CHF HRS 106CHF
eBookers 112CHF Zleepinghotels 154CHF

86 km 6,7 Info Alle Angebote von 14 Webseiten

Der Direktlink auf Trivago führt direkt zur Website.



Die Fortunato Depero Limited Edition von Campari.

Zurück in die Zukunft mit Campari

Ein Stück Kunstgeschichte für Zuhause? Campari macht's möglich. Die italienische Edel-Spirituose widmet dem verstorbene Künstler Fortunato Depero 2014 eine Limited Edition. Der italienische Künstler arbeitete ab 1926 mit Campari zusammen und galt als einer der wichtigsten Vertreter der Kunstbewegung des Futurismus. Die exklusive Auflage mit drei unterschiedlichen Sujets ist für Campari-Fans von Juli bis September 2014 im Detailhandel erhältlich.

Die drei Kunstetiketten der Campari Limited Edition sind moderne Neuinterpretationen der klassischen Designs von Depero. Zwei davon waren ursprünglich Schwarz-weiss-Motive und wurden für 2014 in Pop-Art-Manier mit Farben überarbeitet. Die Etiketten nehmen den Moment der perfekten Zubereitung eines Cocktails und dessen Genuss auf.

Eine kunstvolle Liaison

Campari und Kunst sind seit der Belle Epoque unzertrennlich verbunden. Der italienische Aperitif liess bereits 1880 erste Plakate vom bekannten Künstler Mora inszenieren. Seither setzt sich die enge Zusam-

menarbeit von Campari mit Protagonisten aus den unterschiedlichen Kunstströmungen fort. Die Limited Edition 2014 ist eine Hommage an den Italiener Fortunato Depero. Während zehn Jahren realisierte der Künstler aus Trentino gemeinsam mit Campari mehrere Kunstwerke und Etiketten. Depero feierte nebst der Malerei auch Erfolge mit der Gestaltung von Bühnenbildern und Theaterkostümen.

www.campari.com

Bocco Yield – Channel & Yield Management

Auch Mittel- und Kleinbetriebe können sich kostengünstig und professionell vermarkten.



Bocco Yield passt sich dem veränderten Buchungsverhalten der Hotelgäste an. Bereits heute werden weit mehr Hotelzimmer online gebucht als über alle anderen Buchungsmöglichkeiten zusammen. Sei es über die Onlinebuchungsportale, die Reisebüros, das lokale Tourismusbüro oder über Ihre eigene Website. All dies mit einem einzigen System einfach und schnell zu verwalten – das ist unsere Kernkompetenz.

Wir vereinen nicht nur alle diese Systeme, sondern das Hotel kann auf einfache Art und Weise seine Preise erzielen – sprich je nach Auslastung und Anreizzeitraum die Preise automatisch optimieren. Dies bringt Ihnen einen stattlichen Mehrertrag ohne Aufwand.

Durch Bocco Yield erhalten Sie weltweit mehr Sichtbarkeit – und Sichtbarkeit bedeutet Buchungen! Es ist eine interessante Tatsache, dass jeder vierte Kunde, der Sie im Internet sieht, direkt bei Ihnen im Hotel bucht. Lassen Sie sich das nicht entgehen.

Das überzeugendste Preis-Leistungs-Verhältnis der Schweiz.

www.boccogroup.com



Der neue Vollzitrin-Tischdamast «Iris» der Leinenweberei Bern AG.

Gönnen Sie Ihren Gästen hochwertige Tischwäsche

Dezent schimmernd gibt sie jeder Tafel ein festliches Aussehen. Sie wirkt modern, frisch, fühlt sich gut an, ist langlebig und unkompliziert: Iris, der neue Vollzitrin-Tischdamast der Leinenweberei Bern AG. Das feine irisierende Lurex®-Garn sorgt für den faszinierenden Perlmutteffekt. Die mercerisierte Mako-Baumwolle ist koch- und chloro- und lässt sich problemlos waschen. Durch die hochwertigen Materialien und die sorgfältige Verarbeitung eignet sich Iris perfekt für Anlässe jeder Grösse. Lassen Sie sich inspirieren und kombinieren Sie unkonventionell.

Dieser Artikel ist ein gutes Beispiel für das Können sowie die Innovationskraft des Berner Familienunternehmens, welches national und international tätig ist.

Die Leinenweberei Bern AG bietet seit 1917 eine umfassende, individuelle Beratung und pflegt vertrauensvolle Kundenbeziehungen. Die breite Produktpalette bietet Klassiker und Spezialitäten, welche auch Kunden mit höchsten Ansprüchen zufriedenstellen. Unser Verkaufsteam inspiriert Sie gerne vor Ort mit der textilen Kompetenz der Leinenweberei Bern AG. Gerne unterstützen wir Sie bei der Planung, Realisierung sowie während der Nutzung vollumfänglich.

www.lwbern.ch
www.facebook.com/lwbern

Neu in der Schweiz: Exklusive Nusskreationen

Für Hotels, die ihren Kunden etwas Exklusives anbieten möchten.

Die Schaffhauser Firma PZ Handels GmbH spezialisiert sich auf den Vertrieb von Snacks für Hotellerie und Gastronomie. Neu im Sortiment sind die Nusskreationen der Firma Krebaer. Es gibt zwei verschiedene Sorten: Cubes und Cashews.

Die Cubes gibt es in 6 verschiedenen Sorten aus einem Mix von Nüssen, Früchten und Gewürzen – eine exzellente Mischung für jeden Geschmack. Cashews im Kesselverfahren geröstet gibt es in den Sorten Balsamico, Cheddar und Chili.

Diese Snacks passen perfekt in jede Minibar oder an jede Bar zu Wein, Champagner und Bier.

Verwendet wurden nur natürliche Zutaten, frei von Zusatzstoffen und Konservierungsmitteln, grösstenteils vegan. Sie enthalten keine Spuren von Gluten und keine Laktose.

Erfhältlich in wiederverschliessbaren Beuteln à 110/130 und 65 Gramm.

pz-handel@bluewin.ch



Die Nusskreationen der Firma Krebaer.

Ein Schweizer in Ruanda

20 Jahre nach dem Völkermord in Ruanda übernimmt Kempinski das Management im Hôtel des Mille Collines in Kigali. GM Christoph Strahm über seinen neuen Einsatzort.

NATHALIE KOPSA

Christoph Strahm, mit welchen Erwartungen sind Sie ins Land gekommen?
Die Historie von Ruanda ist aussergewöhnlich und sehr bewegend. Ich habe viel über die Geschichte des Landes gelesen, und natürlich habe ich auch den Film «Hotel Ruanda» gesehen. Je mehr ich über das Land erfahren habe, desto spannender wurde die neue Aufgabe für mich.

Wie viele Mitarbeiter sind im Hotel beschäftigt?
Wir haben etwas mehr als 200 Mitarbeiter.

Fakten Das neunte Kempinski-Haus in Afrika

Das **Hôtel des Mille Collines** verfügt über 112 Zimmer und Suiten und wird in den nächsten Monaten komplett renoviert und auf Kempinski-Standard gebracht. Das Haus wurde vor 40 Jahren von Sabena (heute Brussels Airlines) gebaut und betrieben. Mit dem Konkurs der Airline im Jahr 2001 ging es in Privatbesitz über. Kempinski hat einen Management-Vertrag mit dem Eigentümer abgeschlossen. Die Jahresdurchschnittsrate beträgt 180 US-Dollar, die durchschnittliche Jahresauslastung liegt bei 65 Prozent. Mit der Übernahme bringt es die älteste europäische Luxus-hotelgruppe auf insgesamt neun Hotels in Afrika. nk

Sind auch Leute darunter, die bereits während der Unruhen dort gearbeitet haben?
Ja, wir haben noch Mitarbeiter, die während dieser Zeit bereits im Hotel beschäftigt waren. Eine Gedenkstätte vor dem Hotel erinnert heute an die Ereignisse von damals. Aber das Hotel ist kein Museum, ganz im Gegenteil, es verfügt über eine sehr positive Energie.

Wie ist denn zurzeit Ihr Wettbewerbsumfeld vor Ort?
In Kigali gibt es neben uns noch ein Hotel der afrikanischen Serena-Gruppe. Dies sind vorerst noch die einzigen Marken-Hotels mit einem Brand. In den nächsten Monaten werden noch ein Radisson- und ein Marriott-Hotel eröffnen, später kommt ein Sheraton-Hotel hinzu. Es passiert also einiges hier.

Woher kommen Ihre auswärtigen Gäste?
Sie kommen vor allem aus Nord- und Zentralafrika, aber auch aus Nordamerika, Grossbritannien, Deutschland und Belgien. Die meisten reisen für geschäftliche Termine nach Kigali. Einige kommen auch wegen der Berg-Gorillas, die man nur hier in ihrer natürlichen Umgebung beobachten kann. Die Landschaft ist sehr reizvoll – wir befinden uns auf einer Höhe von 1500 Metern über dem Meeresspiegel, sind umgeben von grünen Hügeln, denen das Hotel auch seinen Namen verdankt.

Aus welchen Branchen sind die Geschäftsreisenden?
Ein wichtiger Wirtschaftszweig ist der Dienstleistungssektor, und da ist die Bauwirtschaft besonders stark. Aber auch der IT-Sektor wird gerade aufgebaut. Ruanda ist eines der investitionsfreundlichsten Länder in Afrika zurzeit.

Der Name des Hotels ist noch immer der alte. Wollte man bei Kempinski bewusst an die Vergangenheit des Hauses anknüpfen?
Es gibt für uns keinen Grund, das Hotel umzubenennen. Wir bei Kempinski sehen uns als



Abendstimmung vor dem Hôtel des Mille Collines in Kigali. Es zählt ab sofort zu Kempinski.

eine Kollektion von Individual-hotels. Wir bevorzugen Hotels mit Geschichte und mit Tradition. Wir wollten bewusst nicht den Reset-Knopf drücken und ganz von vorne anfangen.

Die politischen Verhältnisse in Ruanda gelten als stabil. Wie verhalten Sie sich gegenüber den Mitarbeitenden und den Gästen – ist Politik in den Gesprächen tabu?

Der Völkermord ist kein Gesprächsthema in der Gesellschaft von Ruanda. Das Land schaut heute nach vorne, was aber nicht heisst, dass die Vergangenheit ausgeblendet wird. 60 Prozent der Einwohner



«Ruanda ist eines der investitionsfreundlichsten Länder in Afrika zurzeit.»

Christoph Strahm
GM Hôtel des Mille Collines, Kigali

sind nach dem Genozid geboren und haben die Zeit gar nicht miterlebt.

Über die ethnische Zugehörigkeit wird auch nicht mehr gesprochen?
Nein, das ist sogar verboten. Nicht nur bei uns im Hotel, sondern in der ganzen Gesellschaft ist das weder unter

Freunden noch unter Kollegen ein Thema.

Paul Rusesabagina, der während der Unruhen die Direktorenrolle im Hôtel des Mille Collines übernommen hatte und mehr als 1000 Flüchtlingen den Zutritt gewährte, galt auch dank des

Films «Hotel Ruanda» im Ausland lange als Held. Wie beurteilen Sie sein Handeln aus der heutigen Perspektive?
Man hört so viele unterschiedliche Geschichten über die Ereignisse im Hotel, deshalb ist sein Handeln für mich schwer zu beurteilen. Es heisst, dass der Film nicht die Realität in vollem Umfang widerspiegelt.

Fragen Sie sich manchmal, wie Sie an seiner Stelle gehandelt hätten?
Ich bin Hotelier und Schweizer, neutraler kann man also – glaube ich – gar nicht sein. Aber es gehört auch zu meinen Aufgaben als Hoteldirektor, die Sicherheit meiner Gäste und Mitarbeitenden sicherzustellen.

Wie lange möchten Sie in Kigali bleiben?
Das hängt von verschiedenen Faktoren ab. Ich habe zurzeit einen Zweijahres-Vertrag, und den werde ich auch definitiv erfüllen.

News

Swiss Food Festival Zermatt mit vierter Ausgabe

Vom 8. bis zum 10. August 2014 findet in Zermatt das diesjährige «Swiss Food Festival» statt. Zum Programm der vierten Ausgabe gehört unter anderem das Stelldichein von 21 Zermatter Spitzenköchen, die am Freitag Abend in den Küchen des Mont Cervin Palace und des Zermatterhofs je über 100 Gäste verwöhnen. Auch dieses Jahr finden ausserdem eine Kitchen Party, ein Markt mit regionalen Produkten und das Gondel-frühstück am Sonntag statt.

www.swissfoodfestival.ch

Jungfrau Region sucht nach Fotos von «Top Secrets»



Der Eiger aus einem versteckten Winkel, in Schlierwolken gehüllt oder in der mystischen Stimmung des grauen Himmels: In ihrem aktuellen Social-Media-Wettbewerb sucht **Jungfrau Region** solche «Top-Secrets»-Aufnahmen aus der Region. Auf ihrer Facebook-Seite kann man sein Foto in der Kategorie «Wettbewerb» posten. Danach bestimmt die Fangemeinde mittels Online-Voting, welcher Geheimtipp als Sieger hervorgeht und eine Ferienwoche in einem der Wengen Classic Hotels gewinnt.

«Steigenberger on tour» für Corporate und MICE-Kunden

Die Steigenberger Hotel Group setzt auf grosse Networking-Tour: Das Sales-Team geht vom 12. August bis 16. September 2014 auf Bus-Roadshow und besucht seine Corporate Kunden und MICE-Agenturen direkt vor Ort. Auftakt ist in der Schweiz. Von dort geht es über Deutschland und Luxemburg nach Belgien und in die Niederlande. Das Finale ist in Berlin. Drei Stopps sind täglich geplant, bei denen rund 150 Kunden in der buseigenen Networking-Lounge empfangen werden. Die Kunden sollen so die Gruppe besser kennenlernen und sich über die neuesten Entwicklungen informieren.

«Paradies» Ftan setzt auf Angebot für Oldtimer-Fans



Im Herbst 2014 verwandelt sich das **Hotel Paradies in Ftan** in ein Mekka für Oldtimer-Liebhaber. Vom 7. bis 10. September und vom 10. bis 13. September ist das Hideaway Stützpunkt für Ausfahrten mit eleganten Automobilen aus vergangenen Zeiten. Die Gäste bestimmen im Vorfeld, mit welchem Gefährt sie auf Touren gehen wollen – zur Wahl stehen dabei unter anderem Namen wie Porsche Speedster, Ferrari Mondial QV oder Mercedes 350 SL. Nach den Spritztouren gibt es abends Gerichte mit regionalen Spezialitäten aus der «Paradies»-Küche. sag

Kolumne



Christoph Kokemoor
ist Chefsommelier im Grand Hotel Les Trois Rois in Basel

Wenn junge Winzer angenehm irritieren

Die 68er-Bewegung des 20. Jahrhunderts veränderte die konservativen Strukturen der Gesellschaft. Neue, unkonventionelle Ansichten und Haltungen wirken sich bis in die heutige Zeit aus. Nun gibt es auch bei den Winzern seit einigen Jahren eine ähnliche Entwicklung, die von der konservativen Welt mit Argwohn beobachtet wird. Bei den Sommeliers wird diese Veränderung mit gemischten Gefühlen beurteilt. Auf der einen Seite haben wir verlässliche Angaben und Werte, die eine Beurteilung und auch Kompositionen mit Speisen vereinfachen. Auf der anderen Seite gibt es neue Aromen und Kombinationen, die vorher kaum vorstellbar waren. Rebsorten, die aus der Schattenseite ihrer Langeweile heratreten können. Ein Wandel, der alle bisher verlässlichen Werte infrage stellen könnte.

Die geschmackliche Entwicklung der Weine lässt sich heute nicht mehr klaren Aromen bei den Rebsorten zuordnen. Zwischenzeitlich wird durch Variationen der Gärung und neue Ausbaumethoden das önologische Geschmackserlebnis beeinflusst. Die einfache und klare Zuordnung auf Weisswein oder Rotwein bekommt nun Erweiterungen, wenn keck auch Rostbraun oder Ockergoldgelb hinzukommen. Die jungen wilden Önologen wollen nicht nur Weine nach Schema «F» herstellen. Sie lassen die Natur ihren eigenen Weg gehen und be-

einflussen nur mit wenigen Massnahmen die Gärung. Der Ausbau der Weine wird in unterschiedlichen Behältnissen aus alten Zeiten ausprobiert, zum Beispiel in Beton-tanks, Amphoren oder Lehmbehältern. Auf Hilfsmittel wird weitestgehend verzichtet. Die Schöpfung und Filtration wird ignoriert und die natürliche Befindlichkeit des Weines wird bewusst in Kauf genommen.

Die wilden Aromen sind nicht klar definierbar, das Aussehen des Weines lässt wohl manchem Weinkenner die Haare zu Berge stehen. Trübungen, Traubenbestandteile und farbliche Irritationen lassen jeden Verfechter des reinen Weines irritieren in der konservativen Welt zurück. Die geschmackliche Beeinflussung ist immens. Wenn diese Weine eine allgemeine Verbreitung finden würden, müssten die Lehrbücher neu geschrieben werden. Restaurants wie das Noma in Norwegen leben diese neue Generation in der Küche, und auch ich gebe dieser jungen Weinkultur den nötigen Raum. Die Einflüsse von Ferran Adrià sind nur teilweise sichtbar. Die eigene Entwicklung wird von ursprünglichen Kulturen und alten Brauchtümen beeinflusst. Der traditionellen Wein-Ideologie wird mit einem kosmopolitischen Idealismus und Ignoranz getrotzt. Die Weinkarte ist so revolutionär, dass Weinkenner dieser Welt sich kaum zurechtfinden, weil alle angebotenen Gewächse weniger bekannt sind.

Traditionelle Weinbaugelände haben hier kaum eine Chance. Renommierte Weine wie ein Château Margaux oder ein Montrachet würden verschwinden. Die Rotweine würden ihre ursprünglichen Aromen nach dem Pressen behalten und nicht wie bis anhin durch die Aromengeber des Holzes verändert.

Doch die Kritik liegt vor allem in der Verwendung des Schwefels und der Unverträglichkeit dieses Hilfsmittels in einem übertriebenen Mass. Einige Winzer schaffen es heute mit Hilfe einiger technischer Tricks, ihre Weine ohne Schwefel abzufüllen. Diese Massnahme erfordert höchste Sorgfalt. Eine bewusste Oxidation des Mostes wird in Kauf genommen, damit das Lagerungspotenzial erreicht werden kann. Gäraromen, die jede Jury aufschreien lässt, weil sie als Fehlton eingestuft würden, sind für diese Generation ein «Must». Der Empfindlichkeit der Temperaturveränderungen bei dem Transport und der Lagerung muss Tribut gezollt werden.

Ich empfinde diese Weine als Bereicherung für unsere uniforme Weinwelt, und die Geschmäcker sind nun mal verschieden. Die «Coca-Cola-Generation» begibt sich auf neue Pfade. Probieren Sie doch auch mal Weine von Marie Courtin aus der Champagne, Costers Cirques oder Gérard Gauby. Entscheiden Sie, ob dieser Weg auch zu einem Ziel führt.

Wettbewerb

Die Ausschreibung für «Gusto 15» ist lanciert

Ab sofort und noch bis zum 28. November 2014 läuft die Ausschreibung für «Gusto 15», dem einzigen nationalen Lehrlingskochwettbewerb der Schweiz. Die Wettbewerbsaufgabe besteht aus einer schriftlichen Arbeit und für die besten neun davon aus einem Finalkochen vor einer Jury. Die Teilnehmenden müssen zwei Tellergerichte rund um das Thema «Inspiration aus Wiesen, Garten und Gewässer» kreieren. Organisiert wird der Wettbewerb für junge Kochtalente jeweils von Prodega/Growa/Transgourmet.

www.gustoevent.ch

Die Finalisten im «Buitoni Grande Concorso Pasta»

Der Buitoni Foodservice Wettbewerb «Grande Concorso Pasta» geht in die zweite Runde. Auch 2014 soll die kreativste Pastarezeptur gekürt werden. Schweizer Köche waren aufgerufen, sich von der mediterranen Küche inspirieren zu lassen und Pastakreationen für ein «Quadracci-Ravioli einzusenden. Aus 52 Einsendungen wurden in der Buitoni Produktionsstätte in Rorschach Anna Baumann, Manuel Baumann und Michel Bucher als die drei Finalisten gekürt. Sie kämpfen am 20. Oktober 2014 in der Hotel & Gastro-Formation in St. Gallen beim Show Cooking um den Sieg.

www.concorso-buitoni.ch

ANZEIGE

Buchtipps. Küche. Es liefert informative Reportagen, Produkte- und Markenvorstellungen und ein Messer-ABC: «Scharfe Schnitte – Das Messerbuch» von Rainer Schillings und Ansgar Pudenz.

In geschliffenen Sätzen

«Ohne scharfe Messer regiert beim Kochen der Stumpfsinn», steht im Vorwort zu «Scharfe Schnitte – Das Messerbuch». Es ist eine spannende Lektüre auch für Profis.

SABRINA GLANZMANN

Manche seiner Kunden haben Sonderwünsche, für deren Umsetzung Messerschmied Yves Pellequer oft mehrere Monate, manchmal sogar Jahre beschäftigt ist. Die Arbeit des Südfranzosen ist bei Kennern hochgefragt. Dazu sagt er schlicht:



Aufnahme aus «Scharfe Messer»: Messerschmied Yves Pellequer bei der Arbeit.

Ansgar Pudenz

«Ich schmiede Messer». Das ist so ziemlich alles, was der Autodidakt, der wie ein Eremit in den Cevennen lebt, von sich und seiner Arbeit preisgibt – aber das reicht den Köchen und Sammlern aus der ganzen Welt, die bei ihm noch so gerne auf einer Warteliste stehen, auf der sie bis zu anderthalb Jahren warten müssen.

Pellequers faszinierende Geschichte ist eine der verschiedenen Reportagen, welche «Scharfe Schnitte – Das Messerbuch» besonders lesenswert machen. Autor Rainer Schillings erzählt sie sehr lebendig und mit spürbarer Leidenschaft für das uralte Werkzeug «Messer», und die attraktiven Bilder von Fotograf Ansgar

Pudenz illustrieren und begleiten die Texte passend und entsprechend detailliert.

Messer ABC von «Abziehen» bis «Yanagi/Yanagiba»

Es macht auch Spass, über den wichtigen Messereinsatz auf japanischen Fischmärkten oder über die Entstehung und Bedeu-

tung von bekannten Marken und Traditionsprodukten wie Opinel, Laguiole oder Zwilling zu lesen; gerade für Fachleute ist dieser Teil des Buches spannend und liefert viel Hintergrundwissen. Schritt-für-Schritt-Anleitungen wie «Wie zerlege ich ein Huhn?», «Wie filetiere ich einen Fisch?» oder «Und wie würfle ich eine Zwiebel?» dagegen sind offenkundig an die Hobby-Köche unter den Lesern gerichtet, ebenso wie die jeweils dazugestellten Basic-Rezepte.

Der Profi, der «Scharfe Schnitte» liest, bekommt zum Beispiel auch einen Überblick über «Die Qual des Stahls». Oder er kann im ausführlichen Messer-ABC von A wie Abziehen («Wetzten») bis Y wie Yanagi/Yanagiba («Grosses, sehr scharfes und schmales Messer mit einseitigem Anschliff für Fisch aber auch für Fleisch») am Schluss des Buches testen, welche Begriffe aus der grossen Messer-Welt er noch nicht kennt oder welche ihm bei seiner Arbeit künftig nützlich sein könnten.

Rainer Schillings, Ansgar Pudenz, **Scharfe Schnitte – Das Messerbuch**, 99pages Verlag GmbH, 108 Seiten, ISBN 978-3-942518-14-7, ca. Fr. 36.50

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



Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/partner

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Preferred Partner

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

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

Klaf 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 Sportwagengeschichte geschrieben. Aus einem einst kleinen Unternehmen entwickelte sich Maserati zu einer bedeutenden internationalen Automobilmarke, die heute in über 60 Ländern präsent ist.

Buchtipps. Destinationen und Regionen. Sie behandeln touristische Themen mit ganz unterschiedlichen Ansätzen: Neue Publikationen über das Berner Oberland bis hin zur Schweiz als Marke.

Das touristische Mürren im Fokus

In «Kronleuchter vor der Jungfrau» haben die Autoren die Tourismusgeschichte Mürrens umfassend recherchiert.

SABRINA GLANZMANN

Das Timing, im Jubiläumsjahr des Schweizer Wintertourismus ein Buch über die Geschichte eines Ferienortes zu veröffentlichen, ist bestimmt nicht das schlechteste. Wenn es dabei aber mit Mürren um eine der traditionsreichsten Destinationen hierzulande geht, dürften sowohl interessierte Branchen- als auch Publikumsaugen doppelt aufmerksam darauf gerichtet sein. Sie werden bei der Lektüre von «Kronleuchter vor der Jungfrau. Mürren – eine Tourismusgeschichte» nicht enttäuscht sein: Dem vierköpfigen Autorenteam um Herausgeber Patrick Feuz ist es gelungen, mit dem Berner Oberländer Ort als Hauptdarsteller ein informatives, spannendes und umfassend recherchiertes Exempel für die Entwicklung des gesamten hiesigen Tourismus zusammenzustellen.

Das geschieht in vier verschiedenen Teilen: der Historiker und Journalist Patrick Feuz («Tages-Anzeiger», «Der Bund») zeigt im umfassenden ersten Teil, wie das Bildungsbürgertum das «Roman-

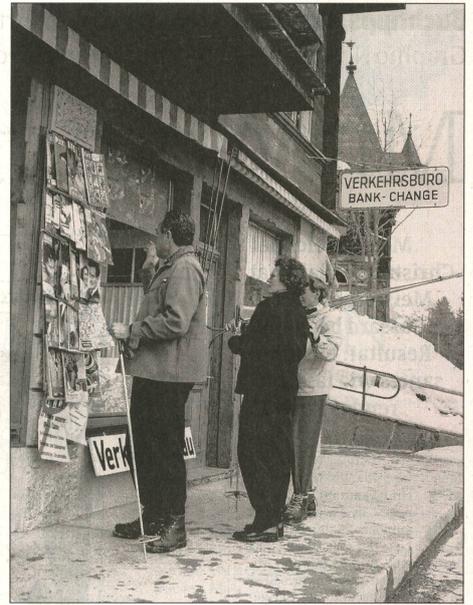


tische» an den Alpen und an Mürren im Verlaufe des 19. Jahrhunderts für sich entdeckte, wie die lokale Hotellerie entstand oder wie der erste Souvenirhändler im Ort aktiv wurde. Danach ordnet Architekturhistoriker und Denkmalpfleger Roland Flückiger Mürren in der Architekturgeschichte der Schweizer Hotelbauten ein, bevor Journalistin und Literaturwissenschaftlerin Sarah Nowotny im dritten Teil veranschaulicht, wie im Wirtschaftsboom der

Nachkriegszeit die Pauschaltouristen das Oberschichten-Publikum allmählich ablösten. Und sie geht aktuellsten Punkten wie der Schlüsselbedeutung des asiatischen Marktes und Mürrens Plänen und Massnahmen nach der Annahme der Zweitwohnungsinitiative nach. Historiker und Journalist Daniel di Falco schliesslich zeigt die zahlreichen Darstellungsformen Mürrens in der Malerei und Fotografie sowie daraus entstandene Plakate, Postkarten oder Gemälde für den Einsatz in der Tourismuswerbung.

Patrick Feuz (Hg.), **Kronleuchter vor der Jungfrau. Mürren – eine Tourismusgeschichte**, Verlag Hier und Jetzt, 296 Seiten, ISBN 978-3-03919-310-3, Fr. 69.–

Die Bücher sind erhältlich auf www.hotelleriesuisse.ch/buchshop



Touristen in Mürren in den 1950ern. Archiv Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren

Zürich Ein traditionsreiches Kolonialwarengeschäft, das lokale Markt- und Kochgeschichte mitschreibt

Wenn Autor Dominik Flammer und Fotograf Sylvan Müller gemeinsame Sache machen, kommt's gut: Mit dem Bestseller «Das kulinarische Erbe der Alpen» sowie dem Nachfolgeband und Kochbuch dazu sorgten sie letztes Jahr für Aufsehen. Jetzt nehmen die beiden nach den Alpen eine Stadt gekannt ins Visier: In «H. Schwarzenbach – Das Zürcher Kochbuch» geben sie zehn renommierten Zürcher Köchen die Plattform, sich mit der traditionellen lokalen Küche auseinanderzusetzen. Und zwar geschieht das vor dem Hin-



tergrund eines der bekanntesten Delikatessengeschäfte am Platz: H. Schwarzenbach im Zürcher Oberdorf, 1864 von Heinrich Schwarzenbach I. gegründet und heute in fünfter Generation von Heini Schwarzenbach V. geleitet.

Die Geschichte des Ladens an der Münsterstrasse ist eng mit der Entwicklung der Markt- und Kochgeschichte der Limmatstadt verbunden. Erzählt wird im Buch zudem über den Handel mit Gewürzen, Tee, Kaffee, Dörfrüchten sowie weiteren lokalen und exotischen Delikatessen, welche die Zürcher Küche nachhaltig beeinflusst haben. Abgerundet wird das Buch durch ein Produkt-Lexikon.

Dominik Flammer, Sylvan Müller, H. Schwarzenbach – **Das Zürcher Kochbuch**, AT Verlag, 276 Seiten, ISBN 978-3-03800-782-1, Fr. 68.–

Graubünden Wanderungen, die zu bekannten Gemälden, Skizzen, Stichen und Tourismusplakaten führen

Ein Buch, das Tourismus- und Kunstgeschichte miteinander verbindet: In «Wandern wie gemalt – Graubünden» stellen Ruth Michel Richter und Konrad Richter 14 Wanderungen durch den Kanton vor, welche zu 22 Original-Vorlagen für bekannte und auch weniger bekannte Gemälde, Skizzen, Stiche und Tourismusplakate führen. Ob Ernst Ludwig Kirchners künstlerische Interpretation der Davoser Bergwelt, das Engadin aus der Sicht von Giovanni Segantini oder das Bündner Oberland von Alois Carigiet – die



Autoren zeigen, wie die Bündner Landschaft die Künstler inspiriert hat. Entlang abwechslungsreicher Wanderrouten – auch für den Winter – stellt Ruth Michel Richter die jeweiligen Künstler, ihre Beziehung zur Region und

ihre Bedeutung in der Kunstentwicklung vor. Den Abbildungen aus einer Zeitspanne von zweihundert Jahren stehen Konrad Richters aktuelle Fotografien gegenüber, was zu faszinierenden und überraschenden Einsichten führt. «Wandern wie gemalt – Graubünden» gibt Tourist:innen spannende Inputs, wie Landschaft originell erlebbar gemacht werden kann.

Ruth Michel Richter, Konrad Richter, **Wandern wie gemalt – Graubünden. Auf den Spuren bekannter Gemälde**, Rotpunktverlag, 432 Seiten, ISBN 978-3-85869-594-9, Fr. 45.–

Solothurn & Baselbiet Wanderungen, die Verborgenes und Sagenhaftes zeigen

Der Titel «Sagenhaftes Wandern» deutet es an: Die beschriebene Rundtour im Raum Basel-Olten-Solothurn soll in sieben Etappen



durch Verborgenes, Geheimnisvolles, Unbekanntes der Region führen. Die Autoren Franz Walter und Rolf Imbach stellen dabei immer auch Menschen vor, die sich für genau diese Besonderheiten einsetzen – «Chrüterhää» Bea-

te Beckmann aus Himmelried zum Beispiel. «Sagenhaftes Wandern» ist als passendes Buch zum Kulturweg «Via Surpise» lanciert, dessen historische Wege seit diesem Jahr gemeinsam unter der Plattform von Kulturwege Schweiz vermarktet werden. Auf bestehenden Wegen mit vorhandenen Angeboten soll so mehr Potenzial ausgeschöpft werden – ein Projekt von Kanton Solothurn Tourismus unter Mitwirkung von Baselland Tourismus, Schwarzbubenland Tourismus, dem Juraparadies Wasserfallen und dem Naturpark Thal hat dies zum Ziel.

Franz Walter, Rolf Imbach, **Sagenhaftes Wandern. Auf den Spuren der Pioniere und Weltentdecker im Solothurner und Baseltaler Jura**, Friedrich Reinhardt Verlag, 160 Seiten, ISBN 978-3-7245-1874-7, Fr. 19.80

Deutschschweiz Lokale, die für Ausflüge besonders empfohlen werden

Der Tapetenwechsel 2014 entstand nicht am Computer mit der Google-Tante. Er wuchs auf vielen langen Reisen mit über 100



Besuchen und ebenso vielen Testessen. – Im Vorwort zur Neuauflage von «Tapetenwechsel». Die schönsten Ausflugsrestaurants – Deutschschweiz machen die Autoren, Fotografen und Herausgeber Erika Lüscher

und Alfred Haefeli deutlich, dass ihre neuste Publikation ein «mit bestem Wissen und Gewissen gemachter Reisebegleiter» ist, der die Ausflugsperlen Deutschschweizer Regionen vorstellen soll. Das Buch enthält ausführliche Porträts, Fotos und Kurzbewertungen, wobei Landschaft, Garten, Spielplatz für Kinder, Ambiente und besonders aufmerksame Bedienung die wichtigsten Kriterien sind. Eine aufschlussreiche Lektüre für Branchenleute, die wissen wollen, welche Lokale und Mitbewerber ihrer Region es in diese Auswahl geschafft haben. sag

Alfred Haefeli, Erika Lüscher, **Tapetenwechsel. Die schönsten Ausflugsrestaurants – Deutschschweiz**, Faro Verlag, 320 Seiten, ISBN 978-3-03781-067-5, Fr. 29.90

Schweiz Gedanken, die den Weg zu einer erfolgreichen Marke weisen

Er weiss, was eine gute touristische Marke ausmacht: Thomas Harder ist mit seiner Firma Swiss Brand Experts auf markenbasierte



Strategie-, Unternehmens- und Standortentwicklung spezialisiert und arbeitet regelmässig mit Destinationen und Leistungsträgern zusammen. 2013 hat Harder sein Know-how als Kolumnist im «dolce-vita»-Res-

sort der htr hotel revue weitergegeben – aus diesen sowie weiteren Texten ist jetzt der Band «Schweizland with love» entstanden. Der Brandingexperte formuliert in zehn Kapiteln seine Gedanken zur touristischen Entwicklung mit spürbarer Leidenschaft und Überzeugung für sein Fachgebiet. «Nach der Lektüre dieses Werkzeugs werden Sie Ihre Marke anders verstehen und anpacken», verspricht der Klappentext nicht umsonst. sag

Das Buch ist auch bestellbar auf www.switzerlandwithlove.ch

Thomas Harder, **Schweizland with Love. Wegweisende Gedanken für Marken-Praktiker im Tourismus – und darüber hinaus**, Swiss Brand Experts AG, 64 Seiten, ISBN 978-3-033-04612-2, Fr. 25.–

impressum
htr hotelrevue
Die Schweizer Pachtzeitung 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. Chefredaktorin: Sabrina Glanzmann/sag
Assistentin Chefredaktion und Spezialprojekte: Sabrina Jörg Patoku

Ressortleitung:
aktuell: Daniel Stampfli/dst

cahier français: Alexandre Caldera/acfa
fokus: Alex Gertschen/axg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb;
Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl;
Gudrun Schlenker/sgs
Grafik und Produktion: Carla Barron-Secq/cbs;
Roland Gerber/rg; Daniel Steim/ste
Korrektur: Paul Le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung);
Danijela Bosnjak

htr Online
Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascalie Allesch/npa
Praktikum: Ahmad Daschit/ad
Koordination: Daniel Steim

Verlag
Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hännli
Stelleninhaber: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Ahmad Daschit/ad
Geschäftszeigen: Michael Müller

hoteljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren.
Auflage: 10 330 (WEMF/SW-Begleibung 2013)
Leser: 85 000 (Studie DemoScope 2009)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.–
ISSN: 1424-0440

Kontakte
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch

Online Redaktion: online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42
Fax 031 370 42 23; E-Mail: Inserate@htr.ch
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

dolce vita

htr hotelrevue Nr. 32/7. August 2014

Buchtipps. Comics. Sie erobern vermehrt die Bücherregale und begeistern Feinschmecker wie Comicfans gleichermaßen: Graphic Novels, die sich – mit unterschiedlichem Anspruch – der Kochkunst widmen. Eine Auswahl.

Mit Wortwitz und leichter Feder

Meisterzeichner Christophe Blain hat Meisterkoch Alain Passard begleitet. Resultat: ein amüsantes wie faszinierendes Porträt.

FRANZISKA EGLI

Sein Restaurant, das «L'Arpège» in Paris, figuriert auf Platz 25 der aktuellen Liste der «World's 50 Best Restaurants» und ist mit drei Michelin-Sternen gekrönt, er selber gilt als Vorreiter und Star der gehobenen Gemüseküche. Und statt



Schwungvoll und mit viel Liebe fürs Detail: Zeichner Christophe Blains Blick in das Reich des Spitzenkochs Alain Passard.

Entstanden ist ein überaus trefender wie informativer Einblick in eine Gourmetküche, aber auch ein faszinierendes und hochamüsantes Porträt eines leidenschaftlichen Meisterkochs mit all seinen Ecken und Kanten. Blain zeichnet das Prozedere rund um das alltägliche Mittagsgeschäft ebenso nach wie auch den Umgang untereinander in der Küche, Passards obsessive Pflege seiner drei Gemüsegeräten wie überhaupt den Kreativitätsprozess des Sternkochs und wie er neue Gerichte kreiert.

Ergänzt wird das stilvolle Graphic Novel mit 15 Rezepten aus Alain Passards reichem Fundus. Ob «Warm-kaltes Ei mit Ahornsirup» oder «Fondue von weissen Zwiebeln mit Sauerampfer, Saubohnen und frischem Ziegenkäse, Chutney von rotem Rhabarber», die Rezepte gibt's auf zweierlei Arten: entweder herkömmlich. Oder man lässt sich auch hier genüsslich auf des Künstlers schwingvolle Bildsprache ein und lässt sich das Rezept-Zeichnung für Zeichnung erklären.

Christophe Blain, *In der Küche mit Alain Passard*, Reprodukt Verlag, 96 Seiten, ISBN 3-943143-74-0, Fr. 28.90

Die Bücher sind erhältlich auf www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

einfach ein weiteres, klassisches Chefkochbuch herauszugeben, beschritt Alain Passard auch in diesem Bereich neue Wege – und

liess kurzerhand einen anderen Meister seines Fachs ihm über die Schultern und in die Töpfe blicken: den begnadeten Comiczeichner

Christophe Blain. Zwei Jahre hat der französische Zeichner den Spitzenkoch begleitet und seine Erlebnisse und Anekdoten rund

um das Restaurant und seinen Spitzenkoch im Buch «In der Küche mit Alain Passard» verewigt, und das mit seinem unverwechsel-

barem Stil: Seine Figuren verfügen meist über lange, spitze Nasen, Stimmungen werden schwungvoll und dramatisch ins Szene gesetzt.

Sohyun Jung Eine fantastische Bilderreise: Eine Koreanerin macht sich auf die Suche nach dem perfekten Kimchi-Rezept

Kimchi, also fermentierter, gesalzener, chilischarfer Weisskohl, gilt als die Seele der koreanischen Kultur. Und diesem ihrem Heimatgericht hat die junge Comic-Künstlerin



Ode an das Familienrezept in getuschter Form.

In Tuschezeichnungen, die weniger an Comics und mehr an Aquarelle erinnern, erzählt die Südkoreanerin die Geschichte von Hana, die nach Deutschland übersiedelt und Heimweh bekommt – unter anderem nach dem Gericht ihrer Kindheit: Kim-

chi. Und so nimmt einen Jung mit auf eine fantastische Bilderreise in die koreanische Küche. Es vermischen sich Traum und Wirklichkeit, auf bedrohliche Szenen folgen leichte Passagen voller Humor und Wortwitz. Mutter schaltet sich regelmässig via Skype aus Korea zu, um der Tochter die Wichtigkeit und richtige Zubereitung des Gerichts zu vermitteln. Aus kochechnischer Sicht mag man bemängeln, dass es in dem Buch nur um eine einzige Speise geht. Aber es geht um das Geheimnis eines Familienrezeptes. Und auch das wird mitgeliefert.

Sohyun Jung, *Vergiss nicht, das Salz auszuwaschen. Eine kleine Reise in die koreanische Küche*, Mairisch Verlag, 80 Seiten, ISBN 3-938539-31-3, Fr. 24.90

Guillaume Long Eine vergnügliche Kombination von Küche, Humor und Comics: der Genfer Food-Blogger in Buchform

Tag für Tag, und das seit 2009, schreibt und zeichnet Guillaume Long den erfolgreichen Blog «A Boire et a Manger» im Gastronomieteil der



Website der französischen Zeitung Le Monde. Darin stellt der Hobbykoch nicht nur Rezepte vor, sondern erklärt ebenso die Kunst des perfekten Kaffees oder schildert seine kulinarischen Abenteuer in fremden Ländern. Mit



Humorige Koch-Cartoons für Geniesser.

dem Buch «Kann denn Kochen Sünde sein?» nun findet seine Leidenschaft quasi eine haptische Fortsetzung. Eigentlich sind es bunte, humorige Koch-Cartoons

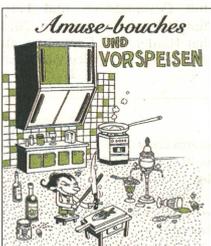
für Geniesser, die der ausgezeichnete Genfer Grafiker und Illustrator vorstellt. Er erzählt auch hier Anekdoten von seinen lukullischen Reisen nach Budapest oder Venedig, bietet stilvoll wie sorgfältig illustrierte Sortenlisten zu Tomaten und Fischen, wartet mit witzigen Episoden wie «Die zehn Gebote des Raclette» auf und vertritt nicht zuletzt Lieblingsrezepte. Ob Schwarzzettelsuppe oder Lammcarré – auch wenn die Rezepte nicht allzu anspruchsvoll sind, so sind sie – versehen mit Kommentaren und Notizen – überaus vergnüglich zu lesen.

Guillaume Long, *Kann denn Kochen Sünde sein? Ein Comic für Geniesser*, Carlsen Verlag, 144 Seiten, ISBN 3-551-78580-5, Fr. 36.90

<http://long.blog.lemonde.fr>

Andy Fischli Zauberhafte Bildergeschichten: Ein kleiner Pechvogel und die Freuden und Leiden des Kochens

Es wartet mit einer schlichten, zweifarbigten Kolorierung auf und bietet auch



Zeichnend Freuden und Leiden beim Kochen nach.

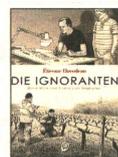
Kochanweisungen nicht einfach 1:1 in Bilder um: Während er mit Worten das Rezept erklärt, spiegelt

sich auf den Zeichnungen – in Form eines kleinen, grossen Pechvogels – meist Ungeheuerliches ab. Bei der Abhandlung zum Beispiel, wie man Geisskäse selber zubereitet («Kaufen Sie: 500g Rucola, 2 Tomaten und 1 Ziege»), wird man – bildlich – Zeuge, wie der Protagonist verzweifelt versucht, Herr über die Ziege zu werden. Das ist zauberhaft und amüsant, zumal die Bildergeschichten, welche die 28 Rezepte begleiten, die Freuden und Leiden beim Kochen widerspiegeln.

Andy Fischli, *Ein Eingeklemmtes. Und andere leckere Sachen zum Selbermachen*, Pica Verlag, 100 Seiten, ISBN 3-9523796-3-8, Fr. 30.90

Etienne Davodeau Ein Erfahrungsaustausch mit Folgen: Ein Winzer und ein Zeichner blicken über des anderen Schulter

In Frankreich war es ein Verkaufserfolg und wurde gar als erstes Graphic Novel mit dem Gourmand Award für das beste Weinbuch des Jahres 2012 ausge-



zeichnet: «Die Ignoranten» von Etienne Davodeau. Richard Leroy produziert in Rablay-sur-Layon biodynamische Weine, sein Freund und Nachbar Davodeau

legen wir einen Zahn zu! Das ist gut fürs Cholesterin. Wir nehmen jeder eine Rebzeile und arbeiten uns gemeinsam vor.



Ein Jahr lang die Arbeit auf dem Weingut dokumentiert.

ist als Comiczeichner tätig und schlägt ihm eines Tages einen Deal vor: Der Winzer soll ihn in die Welt des Weins einführen, im

Gegenzug bringt er ihm die Welt der Comics nahe.

Wortreich, aber mit schlichten Zeichnungen und in nüchternen Farben dokumentiert Davodeau schliesslich die Arbeit eines ganzen Jahres auf dem Leroyschen Weingut. Er beschreibt das Schneiden der Reben und das Pflügen vom Boden ebenso wie das Verkosten mit gefürchteten Kritikern. Andererseits lässt sich Leroy auf die Welt des Zeichnens ein – und beide erkennen, dass ihre Professionen mehr gemeinsam haben, als sie ahnten.

Etienne Davodeau, *Die Ignoranten. Wenn Wein und Comic sich begegnen*, Egmort Graphic Novel Verlag, 272 Seiten, ISBN 3-7704-3728-4, Fr. 42.90

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 32 · 7. August 2014

htr hotel revue

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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

SPIDER (WO-)MAN

Wissensmanagement – das ist doch nur etwas für Unternehmen. Sie haben Ihr Wissen schliesslich im Kopf, oder? Doch erst wenn Sie dieses Wissen aufdecken, wird es wertvoll für Unternehmen. Denn der Arbeitsmarkt sucht kaum einzelkämpfende Genies, sondern Mitarbeitende, die wirkungsvoll in Teams arbeiten und sich einbringen, Wissen teilen, Win-win-Situationen schaffen.

Wie können Sie sich Klarheit verschaffen über die Mehrwerte, die Sie ins Team einbringen? Wie werden Sie sich der Potenziale bewusst, die Sie weiterbringen? Ich lade Sie ein zu einem Perspektivenwechsel in der Frage nach ihren Stärken und Schwächen: Haben Sie das, was Sie können, in Ihrem Job gelernt? Oder haben Sie Ihren Job gewählt, um zu lernen, was Sie jetzt können? Welche Weiterbildung stärken Sie demnächst? Etwas, was Ihnen Spass macht, das Ihnen liegt und wo Sie sich weiter vertiefen wollen? Das liegt natürlich auf der Hand – es geht nämlich auch leicht von der Hand. Aber ist es auch sinnvoll? Die Differenzierung zwischen Bedürfnis und Bedarf macht den entscheidenden Unterschied. Denn das Wissensnetz ist wie ein Spinnennetz: Zieht man an einem Faden, vibriert das ganze Netz. Eine klare Struktur hilft, Lücken zu entdecken und ganzheitlich zu wachsen, sodass nicht ein Faden allein das Ganze halten muss. So wie die Spinne ihr Netz systematisch webt, können auch Sie Ihr Profil systematisch schärfen. Mit drei gezielten Schritten schaffen Sie eine Struktur für Ihr persönliches Wissensmanagement:

1. Performancebeschreibung: Wie sieht ein Tag in der Stelle aus, die Sie suchen? Eine typische Arbeitssituation, wie Sie sie optimal

gestalten? Wenn man Sie beobachtet, was stellt man fest?

- 2. Ressourcenmapping:** Was braucht es, damit Sie die beschriebenen Handlungen ausüben, Herausforderungen lösen, Situationen erfolgreich meistern können? Sortieren Sie relevante Eigenschaften als Mindmap um die vier Ankerpunkte: a) Kenntnisse (Alltags-, Fach-, Spezialwissen), b) Fertigkeiten (erlernbare Vorgehensweisen, Methoden, Techniken), c) Fähigkeiten (Verhalten, Haltungen, Persönlichkeit) und d) externe Ressourcen (Hilfsmittel, Infrastruktur, Netzwerke).
- 3. Machen Sie Inventur:** Markieren Sie im Mindmap Ihre besonderen Stärken grün und jene Stellen rot, wo Sie Aufholbedarf haben. Konkretisieren Sie jeweils: Wie belegen Sie Ihre Stärken, wie werden sie sichtbar, nutzbar, was verändert sich dadurch konkret? Wie äussern sich Ihre Schwächen, wie gehen Sie vor hinsichtlich Prävention, Intervention? Und dann markieren Sie: Welche «Fäden» in diesem Mindmap wollen Sie stärken?

Die nächste Weiterbildung/der nächste Job kann nun zukunftsorientiert ausgesucht werden. Lassen Sie Ihr Wissen wachsen und spannen Sie ein Netz, das seine Flexibilität aus der Struktur gewinnt – und werden Sie damit zum Spider Man respektive zur Spider Woman auf dem Arbeitsmarkt.



Margarita Gressl
Fachspezialistin für Lernprozesse 2.0
CAS eLearning
NewPlacement GmbH
www.newplacement.ch

GRAFILU

ZITAT
DER WOCHE

«Macht Ernst mit euren
schönen Worten, so wird
das Paradies auf Erden
sein!»

Paul de Lagarde
Orientalist und Kulturphilosoph

AGENDA

18. AUGUST

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

18. AUGUST

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

19. AUGUST

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

16. SEPTEMBER

«Selbstmanagement» vom Berufsverband Hotel · Administration · Management, im Richemont Kompetenzzentrum, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

17. SEPTEMBER

«Gastrozesse – Prozessdenken im Alltag» vom Schweizer Kochverband, in der Fachschule Richemont, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

7. OKTOBER

16. Symposium «Gästebetreuung 2.0 – Der Kunde im Focus, heute & morgen», vom Berufsverband Hotel · Administration · Management, im Hotel Palace, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 150 Franken

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

www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Für Ihren Erfolg –
unser
Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform
für Hotellerie,
Gastronomie und
Tourismus

JETZT
BUCHEN

ARBEITSSICHERHEIT

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

Arbeitskleidung und Hygiene (Teil 3)

Geeignete Kleidung und sicheres Arbeitsmaterial verhindern Verletzungen und helfen, die Hygieneanforderungen zu erfüllen.

Gefahrenquelle Staubsauger:

- Ausblasen von gesundheitsgefährdenden Stäuben
- statische Entladung

Mögliche Sicherung:

- Staubsauger gemäss EN 60335-2-69 beschaffen (Konformitätserklärung kontrollieren).
- Staubsauger für Bäckereien/Konditoreien müssen für die Staubklasse M zugelassen sein (Eignung für gesundheitsgefährdende und brennbare Stäube aller Staubklassen).
- Ab 1200 W und/oder 50 Liter Fassungsvermögen des Staubsammelbehälters ist die Kategorie B1 (explosionsgeschützt) erforderlich.

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

STÄRKEN ERKENNEN – SELBSTREFLEXION HILFT

Ob in Vorstellungsgesprächen oder auf Management-Seminaren, immer wieder wird man mit der Frage konfrontiert: «Was sind Ihre Stärken?» Eine Frage, bei der es sich lohnt, sich etwas intensiver mit ihr zu befassen.

Hand aufs Herz – können Sie aus dem Stegreif zehn Stärken von sich aufzählen? Den meisten Menschen fällt das schwer. Komischerweise gehen ihnen zehn Schwächen viel leichter von den Lippen. Dabei wäre es doch wesentlich angenehmer und vor allem sinnvoller, sich auf seine Stärken zu besinnen und darauf zu bauen, als sich mit seinen Schwächen abzumühen. Klar muss man beides kennen, schon alleine, um eine SWOT-Analyse, zum Beispiel für den nächsten Karriereschritt, machen zu können. Bei dieser Analyse werden Stärken (Strengths), Schwächen (Weaknesses), Chancen (Opportunities) und Gefahren (Threats) gegeneinander aufgewogen und einander gegenübergestellt. Anhand der dadurch gewonnenen Erkenntnisse werden Entscheidungen gefällt.

Nach ihren persönlichen Stärken gefragt antworten viele Menschen mit: «Ich bin flexibel, dynamisch, vielseitig interessiert.» Das hört sich gut an, sagt aber in Wirklichkeit nichts über den Menschen aus, denn es sind leere Worthülsen. Um solche und ähnliche Hülsen zu füllen, muss man sich selbst gut kennen. Deshalb wird in Persönlichkeitscoachings und Leadership-Programmen oft viel Zeit auf die Frage nach den persönlichen Stärken aufgewendet. Denn diese sind die Basis für das berufliche und private Vorwärtkommen. Hier ein paar Denkanstösse, die helfen, den eigenen Stärken und Motiven auf die Spur zu kommen.

- In welchen Lebenssituationen haben eine besondere Eigenschaft, ein Talent oder ein er-

lerntes Know-how mir einen besonderen Vorteil gebracht, mich aus einer misslichen Lage gerettet oder mich etwas Herausragendes tun lassen?

- Welche Werte habe ich im Leben? Was ist mir wichtig? (Familie, Karriere, Selbstverwirklichung, finanzieller Erfolg, sozialer Status usw.)
- Warum betrachte ich zum Beispiel Flexibilität als Stärke und nicht Stabilität? Warum Dynamik und nicht Stillstand? Warum Vielseitigkeit und nicht Konzentration/Spezialisierung?
- Was macht mir besonders Freude? Was tue ich gerne? Welche Stärke empfinde ich dabei um, ohne sie als Stärke zu empfinden? (z. B. ein Hobbyfischer hat Geduld, eine Marathonläuferin Durchhaltewillen, ein Guggenmusiker Improvisationstalent.)
- Was sagen Freunde und Vertraute über mich? Wofür (Eigenschaft, Talent, Wissen) loben, beneiden, bewundern sie mich? Könnte das eine Stärke sein, die ich selber an mir übersehe?
- Was bewundere ich an anderen und warum? Könnte das eine Stärke sein, die auch ich habe, aber bis jetzt erst bei anderen sehen kann?
- Was habe ich bisher in meinem Leben erreicht und welchen Eigenschaften verdanke ich das? Was treibt mich an/was motiviert mich?

Riccarda Frei

BUCHTIPP

DAS MANAGEMENT DER MARKTFÜHRER VON MORGEN

Unternehmen sehen sich heute einem fundamentalen Wandel gegenüber. Die Komplexität ist derart angestiegen, dass die Managementmethoden von gestern morgen nicht mehr erfolgreich sein werden. Reines Profitstreben hat ausgedient. Der Mensch wird im Mittelpunkt des betriebswirtschaftlichen Handelns stehen. In seinem Buch «Das Management der Marktführer von morgen» stellt der Unternehmer und Autor Klemens Kalverkamp «Acht Erfolgsprinzipien im Zeitalter des Miteinanders» vor. Er nennt dies das «All-win-Konzept». Im Buch erklärt der erfolgreiche Unternehmer konkrete Methoden und gibt Handlungsempfehlungen, die zusammengefasst und konsequent umgesetzt, eine unbändige transformierende Kraft entfalten. Das Ergebnis werde für viele heutige Unternehmen einen Kulturwandel bedeuten. Klemens Kalverkamp prophezeit: «Das All-win-Konzept verwandelt Ihre Organisation in einen sich permanent selbst optimierenden Organismus.»



«Das Management der Marktführer von morgen»

Wiley-VCH Verlag von Klemens Kalverkamp

ISBN 978-3-527-50645-3 CHF 37.90

Weiterbildungsangebote

www.hoteljob.ch

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

HOTELLERIE* GASTRONOMIE ZEITUNG

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

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

Hotellerie* Gastronomie Verlag

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

LEITUNG

Barbara König
Philipp Bitzer

REDAKTION

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

ADMINISTRATION

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

Nicole Kälin

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

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

VERKAUF

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

inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen

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

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

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

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

Martin Reznick (Creative Direction)
Natalie Schmid (Art Direction)
Luka Beluhan, Solange Ehrler
Ursula Erni-Leupi
grafilu (Illustrationen)

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

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

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG,
6043 Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

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

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

Professionell geführtes Spital mit angeschlossenen Pflegeheimen

Im Rahmen einer Neuausrichtung hat die Geschäftsleitung der privaten gemeinnützigen Institution beschlossen, die Hauswirtschaft und Gastronomie zusammenzuführen und unter eine Gesamtleitung zu stellen. Das Spital verfügt über 130 Betten, ein attraktives öffentliches Restaurant und betreibt Pflegeheime mit rund 300 Plätzen. Der Arbeitsort ist im Herzen einer der drei deutschschweizerischen Metropolen an bester City-Lage.

Ziel der Stelle ist die Übernahme der Verantwortung für die Bereiche Gastronomie, Service, Reinigung und Wäscherei sowie die Entwicklung eines vielfältigen, **hochstehenden Gastronomiangebotes**. Im Bereich Hauswirtschaft ist die Sicherstellung der Hygienestandards von grosser Bedeutung. Die Organisation und Durchführung von Anlässen sowie die Mitwirkung in interdisziplinären Projekten runden das Aufgabengebiet ab.

Leiter/Leiterin Hotellerie

Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung

Sie kommunizieren exzellent auf allen Ebenen, verfügen über die nötige Affinität und Empathie im Umgang mit Patienten und haben entsprechende Führungspraxis in der Hotellerie gesammelt – vorzugsweise auf Betriebsleitungsebene. **F & B** und Hauswirtschaft sind Ihnen besonders gut vertraut. Erfahrung aus dem Gesundheitswesen ist von Vorteil; jedoch nicht Bedingung. 140 Mitarbeitende unterstehen Ihrem Verantwortungsbereich.

Die **Qualität der Hotellerie** ist im Spital wie auch in den Pflegeheimen einer der zentralen Erfolgsfaktoren! Als Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung liegt es in Ihrer Hand, massgeblich zur Erreichung der strategischen Ziele beizutragen. Ihr Eintritt wird flexibel gehandhabt. Er kann per sofort oder später nach Vereinbarung erfolgen. – Interessiert? Dann freuen wir uns auf Sie! Optimal für den Erstkontakt: CV/Foto via Mail senden oder ganz einfach anrufen.

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

32904-11294

Sie stehen für Service Excellence!

Das Unternehmen läuft auf Hochtouren und erhebt Führungsanspruch. Das Nr. 1-**Erstklass-Superior-Hotel am Platz**. Beste City-Lage in einer der beliebtesten deutschschweizer Metropolen. Die beeindruckende Infrastruktur des stark frequentierten Unternehmens mit gelungem Gesamtkonzept lässt keine Wünsche offen: 185 Designzimmer/-Suiten, Top-Restaurants und F & B Outlets sowie ein beeindruckendes, grosses Tagungs- und Convention Center.

Als exzellent ausgebildete Hoteller/-Hotellerin-Persönlichkeit beherrschen Sie die relevanten Disziplinen à la Rooms Division, Revenue-Management, F & B, Congress/Event, Sales & Marketing und HR aus dem Effci. Direktreport an den VR. Die langfristig angelegte Position bietet **Potential** für zusätzliche strategische Aufgaben. Angedacht ist die spätere Führung weiterer Business Units! Was das genau heisst besprechen wir mit Ihnen gerne in einem persönlichen und vertraulichen Gespräch.

General Manager w/m

des führenden Erstklass Superior Hotels am Platz

Als ambitionierter Branchenprofi sind Sie mit der **schweizerischen Hotellerie** bestens vertraut! Ihr Auftritt ist geprägt von Ausstrahlung, Präsenz und Energie. Sie begreifen krisenbedingten Veränderungen im Markt souverän, reagieren mit Übersicht und haben bereits einen grösseren Hotelbetrieb wirtschaftlich erfolgreich als Direktor geführt. Ziel der Stelle: Das rentable Unternehmen in eine langfristig sichere Zukunft zu führen.

Konsequente Umsetzung erforderlicher Massnahmen gehört für Sie zum Tagesgeschäft! Probleme werden von Ihnen sachlich angegangen und rasch gelöst. Durchsetzungsvermögen ist Ihr Markenzeichen. Sie stehen für **Service Excellence**, sind bekannt für strukturiertes Vorgehen und suchen eine echte Herausforderung. Dazu bieten wir Ihnen die entsprechende Plattform. – Interesse? Dann CV mit Foto per Mail senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf Sie!

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

32905-11295

Geschäftsführerin

Nach Spiez suchen wir für neu zu eröffnendes Eventrestaurant motivierte, erfahrene Geschäftsführerin. Haben Sie Erfahrung mit Trendgastronomie? Sind Sie bereit, neue Ideen anzunehmen und umzusetzen? Können Sie sich lösen von Althergebrachtem? Lieben Sie die Herausforderung, und sind Sie bereit, etwas zu bewegen, was es so noch nicht gibt? Liegt es in Ihrer Natur, Herz und Seele vollumfänglich einem Projekt zu widmen und dieses zum Erfolg zu führen? Wenn Sie diese Fragen mit Ja beantworten können, empfehlen wir Ihnen, sich mit uns in Verbindung zu setzen.

Anforderungsprofil:

- Abgeschlossene Berufslehre in Gastgewerbe oder Hotellerie
- Erfolgreicher Abschluss von: hftun, belvoirpark, ehl oder shl
- Sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift
- Französisch und Englisch mündlich und schriftlich
- Hohes persönliches Engagement
- Freundlichkeit
- Kommunikativ
- Teamfähig
- Selbstverständlicher Umgang mit PC, Office, Mail und Websites
- Gute Auffassungsgabe
- Exakte und saubere Arbeitsweise
- Sehr grosses Organisationstalent
- Bereitschaft, in allen Arbeitsbereichen persönlich mitzuarbeiten
- Starkes Motivationstalent
- Führerscheinkategorie B

Stellenantritt:
1. Oktober 2014

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inkl. Foto und handgeschriebenen Lebenslaufs an:
Ernst Bürki
Airport Hotel & Restaurant
Flugplatzstrasse 57
3123 Belp

32897-11277

Gesucht wird ab sofort oder nach Absprache

Köchin mit Erfahrung

als rechte Hand des Betriebsleiters.

Interessante Aufgabe in motiviertem Team.

Anforderungsprofil:

- Schweizerbürgerin
- Mindestalter 25 Jahre
- Erfahrung in der A-la-carte-Gastronomie
- Erfahrung mit gutbürgerlicher Küche
- Erfahrung mit starken Frequenzen
- Erfahrung mit Bankettbetrieb

Haben wir Interesse geweckt?

Sollten Sie diese Bedingungen interessieren, erwarten wir gerne Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

Ernst Bürki
Airport Hotel Belp
Flugplatzstrasse 57
3123 Belp

32824-11320

Erstklassiger Betrieb – Internationales Publikum – Nr. 1 am Platz

Professionelles Marketing, klares Profil und ein erfolgreiches Gastrokonzept sind die drei Eckpfeiler! Neuerer Betrieb: Modern, urban, designorientiert, geeignet als Eventlocation und trendy. High Tech Küchen-Infrastruktur und ca. 100 Innenstplätzen sowie 80 Terrassenplätzen an 1A-Lage in einer weltbekannteren kleineren Schweizer Stadt; nur gerade eine gute halbe Autostunde von der nächsten Deutschschweizer Metropole entfernt.

Geschäftsleiter eines angesagten Restaurants m/w

Tolles Ambiente, erfolgreiches Konzept

Ideal für jüngere, engagierte Vollblutgastrologen, die das ausgezeichnete im Markt eingeführte Unternehmen weiterbringen wollen. Geeignet sowohl für Hotelfachschulabsolventen, die den Sprung ins Management machen wollen als auch für ambitionierte Küchenfachpersönlichkeiten, die sich zutrauen mit einem starken Team die Geschäftsleitung zu übernehmen. Eintritt: Anfangs Oktober bzw. nach Vereinbarung. – Interessiert? Idealerweise vorab CV/Foto via Mail senden oder anrufen.

Ansgar Schäfer & Stephan Kistler, 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

32825-11319

Auf Herbst 2014 oder nach Vereinbarung

Küchenchef m/w

Jobcode hoteljob.ch: J67356

Ferien- und Familienhotel Alpina
Fleckliststrasse 40 3715 Adelboden
033 673 75 75 r.mueller@alpina-adelboden.ch

33278-11328

Die Jugendherberge Rotschuo, idyllisch direkt am Vierwaldstättersee bei Gersau gelegen, führt 30 Zimmer mit 144 Betten, verteilt auf ein Hauptgebäude und ein Nebengebäude. Weiter beinhaltet die Jugendherberge drei Gruppen- und Aufenthaltsräume sowie eine grosse Aussenanlage. Die Gästestruktur teilt sich in Familien, Schulklassen, Gruppen und Individualgäste. Die Jugendherberge wird gerne für Anlässe wie Hochzeiten, Geburtstage oder Seminare gemietet. Dank dem Topstandort ist das Hostel Rotschuo überregional für Ruhe und Erholung bekannt und ein idealer Ausgangspunkt für Aktivitäten rund um den See.

Unser Betriebsleiter hat sich nach sechs erfolgreichen Jahren für eine neue Herausforderung entschieden. Deshalb suchen wir nach Absprache ab der Saison 2015 eine/n engagierte/n und loyale/n

Betriebsleiter / Betriebsleiterin / Betriebsleiterpaar

Als Betriebsleiter/in sind Sie verantwortlich für die operative Führung der Jugendherberge Rotschuo, welche folgende Aufgabenbereiche umfasst:

- Gästebetreuung, Anlässe, eventuell eigenes Kursangebot
- Marketingaktivitäten
- Reservationssystem und Kassenführung
- Allg. Administration, Preisgestaltung
- Küche, Einkauf, Lagerbewirtschaftung
- Hauswirtschaft
- Personaleinführung, Personalführung und Einsatzplanung
- Unterhalt der Betriebsanlagen
- Mitthilfe bei der Budgetierung und dem Rechnungsabschluss

Unterstützt werden Sie bei Ihrer Arbeit von der Treuhänderin und dem Stiftungsrat.

Sie bringen Erfahrung bei der Führung eines gastgewerblichen Betriebes vorzugsweise im Küchenbereich mit. Ein Team zu führen und auch selber anzupacken, ist für Sie selbstverständlich. Während der Hauptsaison ist Ihre hohe Präsenz erforderlich. Umso schöner sind die ruhigen Zeiten während der Betriebsferien vom November bis März. Ihnen steht ein Wohnhaus mit Blick auf den See in der Anlage zur Verfügung. In absehbarer Zeit plant der Stiftungsrat ein Bauprojekt, um in der Zwischenzeit mit zusätzlichen Räumlichkeiten neue Gäste anzuziehen. Dieses Projekt möchte er mit Ihnen in einer gemeinsamen langfristigen Zusammenarbeit realisieren.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und handgeschriebenen Motivationsschreiben bis 1. September 2014 an Chiffre 33273-11327, htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Mehr Information finden Sie unter www.hostelrotschuo.ch oder schicken Sie uns eine E-Mail an Stiftungsratsrotschuo@bluewin.ch.

33273-11327



Gastgeberpersönlichkeit (w/m)

Restaurant Grosse Schanze
Parkterrasse 10, CH-3012 Bern

per sofort

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Den ausführlichen Stellenbeschrieb finden Sie unter www.zfv.ch



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



33265-11324



Hotel The Angels Lodge*** Engelberg, Switzerland

Assistant Hotel Manager (f/m)

Already 3 years of operation after our opening, we are looking for a full time dynamic assistant manager with minimum 2 years of experience!

Certificate in the hotel management & hospitality business, speaking English & German, French will be appreciated!

Strong personality that enjoys the spirit to work in alpine resort and accepts multi-task responsibilities.

- Reporting to Managing Director, assist and manage daily tasks & operation!
- Supervise and coordinate staff.
- Administration support and manage back office reservation system.
- Coordinate marketing activities on request.
- Participate actively in the financial target.

Profile

- Previous experience in small organization, flexible and trustful.
- Pro-active, responsible, self motivated, delivering exceptional quest services.
- Very good knowledge of PC Software including Excel, Word and Protell the reservation system.
- Swiss working permit/availability at the latest December 1st 2014.

Please send introduction letter with salary expectation and CV in English by email to jeanlaporte@bluemail.ch, deadline August 31st 2014.

www.TheAngelsLodge.com

33260-11321

Das Sport- und Freizeitgebiet Atzmännig in der Region oberer Zürichsee bietet Freizeitspass für die ganze Familie. Mit einem Familienskigebiet im Winter und einem Freizeitpark mit Sommerrodelbahn, Seilpark und weiteren zahlreichen Attraktionen im Sommer bieten wir einen attraktiven Ganzjahresbetrieb.

Für unsere Restaurationsbetriebe suchen wir per 01. Oktober oder nach Vereinbarung eine(n):

Leiter/in Gastronomie

Das «Restaurant Atzmännig» und die «Brustenegg Hütte» mit

- Selbstbedienungsrestaurant mit 100, respektive 80 Sitzplätzen
- Saal, unterteilbar bis zu 100 Sitzplätzen
- Grosse Terrasse mit 300, respektive 80 Sitzplätzen
- heimeligem Stübli mit 20 Sitzplätzen
- Massenlager und einfachen Zimmern

bietet einem innovativen, initiativen Gastgeber eine ausgezeichnete Möglichkeit sich zu verwirklichen.

Sie sind nicht nur ein exzellenter Gastgeber, sondern haben Erfahrung in der Gastronomie (inkl. Küche), sowie in der Betriebs-/Personalführung und verfügen über die nötigen Aus- und Weiterbildungen, um einen Betrieb zu führen. Sie sind initiativ, flexibel was die Arbeitszeit anbelangt und sehen die anstehenden Umbauarbeiten und Neugestaltungen als Chance, wo Sie sich und Ihre Ideen mit einbringen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihr vollständiges Bewerbungsdossier mit Foto und Gehaltsvorstellungen bis 15. August 2014.

Sportbahnen Atzmännig AG, Postfach 69, 8638 Goldingen
Roger Meier, Geschäftsführer, Telefon 055 284 64 34
roger.meier@atzmaennig.ch
www.atzmaennig.ch



33292-11311



www.fassbindhotels.com

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

im Hotel Ambassador & Spa in Bern:

- **Teppanyaki- und Sushi-Koch** für unser japanisches Restaurant «Taishi»
- **Commis de Cuisine** für unser Panorama-Restaurant «Le Pavillon»
- **Servicefachangestellte/n**

sowie für unser Hotel City am Bahnhof in Bern:

- **Direktionsassistentin mit Schwergewicht Réception**

Aussagekräftige Bewerbungen bitte an:
Hotel Ambassador & Spa, Thomas Kübli
Seftigenstrasse 99, CH-3007 Bern
thomas.kuebli@fhotels.ch
www.fassbindhotels.com

32946-11312



Für unser 3-Sterne-Hotel mit 35 Betten suchen wir für die kommende Wintersaison aufgestellte Mitarbeiter:

- **Hotelfachfrau**
Einsatzgebiet: Service der Halbpensionsgäste und Etage/Lingerie
- **Küchenhilfe/Office zur allgemeinen Mithilfe**

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Claudia Beerli
Hotel Belri AG
7050 Arosa
Tel. 081 378 72 80
belri@bluewin.ch / www.belri.ch

BELRI HOTEL AROSA

33271-11325

Attraktive Tagdienstelle

SERVICE FRÜHDIENTST

Jobcode hoteljob.ch: J84919

Thessoni classic lifestylehotel
Eichwatt 8105- Zürich-Regensdorf
044 870 88 88 rg@thessoni.com

33191-11317



Hotel Restaurant Gourmet

Richard & Yvonne Stöckli
CH-3812 Wilderswil/Interlaken
Tel. +41 (0)33 828 35 50
info@hotel-alpenblick.ch
ALLE JOBANGEBOTE AUF:
www.hotel-alpenblick.ch

Unser gemütliches Berner Oberländer Haus blickt auf eine 400-jährige Tradition zurück, und mit unserer hochangesehenen Küche, ausgezeichnet mit 16 Gault-Millau-Punkten und Michelin-Stern, haben wir eine grosse Stammgästekundschaft aufbauen können. Sie unterstützen uns bei unserer täglichen Arbeit und verstehen es, unseren Gästen einen unvergesslichen Aufenthalt zu bereiten?

Nehmen Sie die Herausforderung an und werden Sie Teil unseres Teams als

Chef/Leiterin der Rezeption in Jahresstelle

Als freundliche, verantwortungsvolle und teamorientierte Mitarbeiterin haben Sie in den letzten Jahren Erfahrungen in D/F/E gesammelt, können selbstständig arbeiten und Sie verfügen über Kenntnisse in den allgemeinen Reservationssystemen wie Protel oder Fidelio, dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.

33261-11322

ich bin nicht nur ein Chef de Service

sondern ein echter Praktiker

Führungserfahrung, Gastgewerbler
und vielseitig einsetzbar, ab Frühjahr 2015
sven.eisenhardt@bluewin.ch

33272-11326

Ab Herbst 2014 oder nach Vereinbarung

Direktionsassistent m/w

Jobcode hoteljob.ch: J85186

Ferien- und Familienhotel Alpina
Flecklistrasse 40 3715 Adelboden
033 673 75 75 r.mueller@alpina-adelboden.ch

33278-11329



DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

Schenken Sie Ferien.

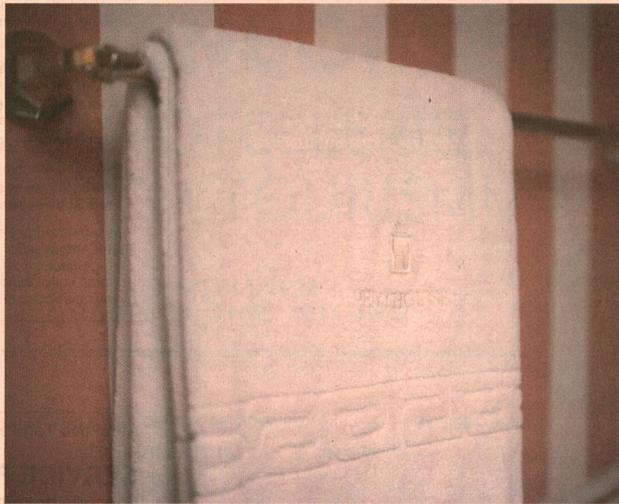
Die Stiftung Denk an mich ermöglicht Ferien und Erholungsaufenthalte für Menschen mit Behinderung. Möglich wird das durch Menschen, die weiterdenken. Und mit einer Spende Ferien schenken.

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



KEYSTONE

NACHHALTIGES TEXTILMANAGEMENT

1992 wurde mit dem OEKO-Tex® Standard 100 das erste weltweit einheitliche, unabhängige Prüf- und Zertifizierungssystem für Textilien ins Leben gerufen. Auslöser waren alarmierende Funde von Schadstoffen in Textilien. Die seriösen Textilanbieter haben sich seither zu diesem Label bekannt und lassen sich entsprechend überwachen. Was hat das mit Nachhaltigkeit zu tun? Der Begriff Nachhaltigkeit stammt von der durch die Vereinten Nationen im Jahre 1987 geprägten Formulierung: «Eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre Bedürfnisse zu befriedigen.» Nebst der ökonomischen Nachhaltigkeit ist somit die ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der textilen Kette gefragt. Die tragischen Unfälle u. a. in Bangladesch, das Thema Kinderarbeit und die bedenklichen, wiederkehrenden Umweltverschmutzungen und der übermässige Ressourcenverbrauch, verursacht durch kurzfristiges Profitdenken, haben die Konsumenten sensibilisiert. Dieses Bewusstsein der Gäste darf resp. soll man sich als

Gastgeber auch zu Nutze machen. Dazu eignen sich die bekannten Labels wie Max Havelaar®, OEKO-Tex®, kbA® (aus kontrolliert biologischem Baumwolle-Anbau) oder GOTS® (Global Organic Textile Standard) für die proaktive Kommunikation. Diese Produktkennzeichnungen sind am Textiletikett jeweils für den Gast ersichtlich – ganz nach dem Motto: «Tue Gutes und sprich darüber».

Qualität, Pflege und Schutz

Die Qualität und somit Langlebigkeit der Hotel-Textilien spielt ebenfalls eine ganz zentrale Rolle – können die Textilien 5 Jahre und mehr eingesetzt werden oder gehen sie aufgrund mangelhafter Qualität bereits nach 2 Jahren kaputt? Nebst der Qualität der eingesetzten Textilien wie Tisch-, Bett- und Frottierwäsche ist auch die Pflege der Textilien für die Lebensdauer relevant. Wenn die Wäscherei entsprechend schonend die Textilien pflegt oder wenn mittels Sanitized® die Textilien zusätzlich geschützt werden, kann die Nachhaltigkeit ebenfalls deutlich verbessert wer-

den. Zusätzlich zu den Textilien ist auch die tägliche Reinigung ein elementarer Punkt in Sachen Nachhaltigkeit – so zum Beispiel die kurzen Wege von der Textilwäscherei zum Hotel oder zum Gastronomiebetrieb: Macht es wirklich Sinn, täglich Tonnen von schmutziger Wäsche in einer Grosswäscherei im Ausland zu reinigen und dann wieder über hunderte von Kilometern in die Schweiz zu transportieren? Wohl kaum! Auch Matratzen können dank besserer Qualität und jährlicher fachgerechter Reinigung bis zu 15 Jahren (statt der bisher empfohlenen 8 Jahre) eingesetzt werden. Auch das ein nachhaltiger Beitrag, sowohl ökonomisch wie auch ökologisch.



Stephan Hirt
 Vorsitzender Geschäftsleitung
 Schwob AG
 www.schwob.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

Neueres rustikales Hotel/Restaurant in Davos zu vermieten

(auf Wintersaison 2014)

ca. 120 Innen-Sitzplätze
 ca. 120 Aussen-Sitzplätze
 ca. 50 Betten

sehr sonnige Lage mit grosser Terrasse.
 Tiefgarage und Aussenparkplätze vorhanden.

Bewerbungen mit Referenzen bitte an:

Chiffre A662022
 Buchdruckerei Davos AG
 Werbemacher
 Promenade 60, 7270 Davos Platz
 Volle Diskretion wird garantiert.

32947-11313

★ CREATIVE HOME ★
 Immobilien sind Vertrauenssache
 Im Kundenauftrag gesucht
Hotels auch Umbauobjekte und inaktive Betriebe
 Kurzbeschreibung bitte an:
 info@creative-network.ch
 oder Telefon 076 576 10 73, Herr Sigrist

32817-11267

HESSER

Unternehmensberatung
 für Hotellerie & Restauration

Wir suchen
 Hotels und Restaurants

Wir suchen für unsere Kundschaft
 Hotels und Restaurants ab Fr. 1.5 Mio.
 Umsatz zu mieten oder zu kaufen

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

33281-11330

Kann man positive
 Energie sparen?

Bewusst leben macht glücklich: wwf.ch/gluecks-experiment

