

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2018)
Heft: 18

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: 21.06.2025

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



Erfolgsformel
 Top hotel Schweiz
 mit Rezepten einer
 Spitzen-Hôtelière.

Beilage

ANZEIGE

BADAG
 Alles für Ihr Bad...

GROSSE
 MENGE,
 KLEINER
 PREIS

Vin

Le Swiss Wine
 Tasting de Zurich
 met en avant 127
 producteurs de
 grande qualité.
 Ambiance et
 dégustation.

Page 11, Seite 18

Second Cuts

Sie sind preiswert
 und lassen sich
 hochwertig zubereiten:
 Verkannte
 Stücke wie Flank-
 steak und Markkno-
 chen sind die Stars
 der Fleischküche.

Seite 15

Mitarbeiter-Sharing

Chance für Saisonhotels

Die erste nationale
 Plattform für Mit-
 arbeiter-Sharing ist
 online. Eine Chance
 für Saisonbetriebe.

Wer eine Winter- oder Sommer-
 saisonstelle sucht oder besetzen
 will, kann nun ganz unkompliziert
 unter jobs2share.ch auf die
 Suche gehen. Bis anhin be-
 schränkte sich das seit zweiein-
 halb Jahren bestehende Projekt
 des Vereins Mitarbeiter-Sharing
 auf die Kantone Graubünden
 und Tessin. Durch das Mitar-
 beiter-Sharing entsteht aus zwei Sai-
 son- eine Ganzjahresstelle. Zum
 einen durch einen Kooperations-

vertrag zwischen den beiden
 Arbeitgebern, zum anderen kön-
 nen Saisoniers ab dem 1.1.2019
 dank einer Sonderbewilligung
 des Seco bis zu sechs Wochen
 pro Jahr in der Zwischensaison
 Arbeitslosenentschädigungen
 beziehen, ohne Arbeitsbemü-
 hungen nachzuweisen. Aktuell
 gilt das nur für die nächsten drei
 Jahre und für die Kantone Grau-
 bünden und Tessin. Damit auch
 das national verankert wird,

muss die Plattform die nötigen
 Erfolgskennzahlen vorweisen, es
 braucht also Betriebe und Mit-
 arbeitende, die das Mitarbeiter-
 Sharing nutzen. Die Bedeutung
 einer solchen Lösung könnte
 künftig, auch wegen der neuen
 Stellenmeldepflicht, an Bedeu-
 tung gewinnen. Zwei Monate
 nach Einführung der Melde-
 pflicht fehlen allerdings konkrete
 Branchenzahlen noch. gsg/dst

Seite 5 und 19

Editorial

Quand trop de
 tourisme se mue
 en casse-tête

LAETITIA
GRANDJEAN

Longtemps la Suisse ne pensait
 pas devoir se préoccuper d'un
 afflux trop massif de visiteurs. Les
 soucis actuels de Barcelone, de
 Venise, de Dubrovnik sont encore
 bien loin des nôtres. Et pourtant,
 de-ci de-là commencent à
 s'élever des voix, se plaignant de
 trop de touristes sur le Pont de la
 Chapelle à Lucerne, à Interlaken
 ou à Grindelwald.

Le problème est particulièrement
 inquiétant lorsqu'il touche les
 sites naturels. A l'image du
 Creux-du-Van, qui draine chaque
 année 100 000 personnes (lire
 page 13). Ce volume nuit
 aujourd'hui à la flore et à la faune.
 Face à cette problématique
 devenue polémique, les solutions
 pour canaliser ces flux peinent à
 faire l'unanimité. Le projet du
 Canton visant à protéger le site se
 heurte à des centaines d'opposi-
 tions: des associations de protec-
 tion de la nature qui estiment que
 le texte ne va pas assez loin, des
 grimpeurs qui verraient leur
 plaisir diminuer, des agriculteurs
 qui craignent pour leur exploita-
 tion. Pendant ce temps, les
 touristes continuent d'affluer,
 nuisant à la vitalité et à la
 pérennité du site.

Un nouveau dilemme se pose
 pour le tourisme: comment
 valoriser ses atouts naturels tout
 en les préservant? Dans une
 destination comme la Suisse, qui
 se vend avant tout avec ses beau-
 tés naturelles, les responsables
 touristiques et les autorités ont
 tout intérêt à se pencher sur cette
 question avant qu'elle ne se mue
 en un véritable casse-tête.

**Connaissent-ils nos
 services?**
 Service? Ihre
 Anmeldung unter

htr.ch

Inhalt

meinung	2-3
thema	4-9
cahier français	10-14
hotel gastro welten	15-20
brands, impressum	22
service	21-26
people	27-28

Herausforderung «Overtourism»

Das Dilemma des Creux-du-Van



Seit Jahren suchen die Neuenburger Behörden mit allen Beteiligten nach einer Lösung, wie die Naturschönheit der populären
 Felsenarena Creux-du-Van möglichst intakt bleiben kann – bislang mit wenig Erfolg. Seite 13 (cahier français). Schweiz Tourismus/Roman Burri

Gastronomie

David Sinapian
 l'autre visage
 du groupe Pic

Rencontre exclusive avec David Si-
 napian, directeur général du grou-
 pe Anne-Sophie Pic et mari de la
 cheffe aux sept étoiles, notamment
 à Valence et Lausanne. Il se confie
 sur la stratégie bien huilée d'un
 groupe au chiffre d'affaires de
 20 millions d'euros, employant 250
 personnes à travers le monde. aca

Page 14

Swiss Skills 2018

Die besten jungen Berufsleute

Die Schweizer Berufsmeister-
 schaften Swiss Skills 2018 sind
 für das Gastgewerbe ein wichti-
 ger Imageträger. Dafür investie-
 ren Verbände und Sponsoren
 600 000 Franken. Jeweils 12 Kan-
 didatinnen und Kandidaten,
 nicht älter als 22 Jahre, der drei
 gastgewerbliche Berufe Küche,
 Restauration und Hauswirt-
 schaft werden sich zwischen
 dem 12. und 16. September 2018
 in Bern messen. Bereits bei den

Jean-Claude Schmocker,
Projektleiter Swiss Skills. zvg

Swiss Skills ist das Augenmerk
 jedoch auf die World Skills im
 Folgejahr – 2019 in Russland –
 ausgerichtet. «Wenn wir einen
 Schweizer Meister suchen, su-
 chen wir einen Weltmeister»,
 meint der Projektleiter Jean-
 Claude Schmocker. Die diesjäh-
 rigen sind die zweiten Swiss
 Skills nach 2014, an denen sich
 alle 135 Berufe gemeinsam an
 einem Ort messen. gsg

Seite 16 und 17

HUGENTOBLER
 Schweizer Kochsysteme

«Ich bin Koch
 aus Leidenschaft
 und will Applaus
 für die Qualität
 meiner Speisen.»

Wir bieten Lösungen – ZAGG, Halle 1, Stand 134
 www.hugentobler.ch

Zeit haben für das wirklich Wichtige:

für Ihre Gäste.

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

hotelleriesuisse
 Swiss Hotel Association
 Partner Hotel

protel

HOREGO
 Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie,
 Home, Spital und Ausbildungsstation
 www.horego.ch

Effiziente Prozesse

Unterstützung strategischer Entscheidungen
 Optimierung Ihrer Einkaufskosten
 Digitalisierung aller Einkaufsprozesse

Suchen Sie dafür Lösungen?
 Dann sind Sie bei uns richtig!
 Kontaktieren Sie uns, wir helfen Ihnen gerne weiter

Jet-Cut
 Inox - Dispenser

Jetzt neu bei Ihrem CC-
 und Belieferungspartner

ANZEIGE

Oliver Martin vom Bundesamt für Kultur zur Bedeutung der Denkmäler für den Tourismus und zu den Herausforderungen für die Pflege und den Erhalt des Bestandes.

DANIEL STAMPELI

Oliver Martin, was ist der Sinn der aktuell stattfindenden Europäischen Tage des Denkmals?

Mit der schon seit vielen Jahren stattfindenden Veranstaltung sollen der Bevölkerung Bedeutung, Schönheit und Qualitäten unserer Denkmäler ins Bewusstsein gerufen werden. Besucher erhalten Gelegenheit, archäologische Stätten, Ortsbilder und Denkmäler zu besichtigen. Dabei werden sie geführt und erhalten wertvolle Informationen und können so oft neue Erfahrungen machen. Diese Möglichkeiten werden jeweils rege genutzt. Besonders gross ist das Interesse an Objekten, die üblicherweise nicht zugänglich sind. Dieses Jahr findet auch das Europäische Jahr des kulturellen Erbes statt. Thematisiert werden insbesondere die gemeinsamen Wurzeln und die grenzüberschreitende Bedeutung von Denkmälern und Kultur. In der Schweiz finden die Europäischen Tage des Denkmals üblicherweise an einem Wochenende im September statt. In diesem Jahr werden sie an vier Wochenenden, nach Regionen gegliedert, organisiert.

Das diesjährige Motto lautet «Ohne Grenzen». Was will man damit aufzeigen?

Das europäische Jahr des kulturellen Erbes soll bewusst machen, dass unsere Geschichte nicht nur aus nationaler Sicht verstanden werden kann. Unsere Kultur und unser kulturelles Erbe halten sich nicht an Grenzen. Die barocken Denkmäler in der Schweiz zum Beispiel sind Zeugen und Teile einer Epoche und eines kunstgeschichtlichen Stils, die ganz Europa bis in die neue Welt geprägt haben und in diesem Kontext gesehen und verstanden werden müssen.

Welche Position nimmt die Schweiz im europäischen Kontext ein?

In Europa sind wir bekannt als engagierter und verlässlicher Partner. Wir sind auch an den meisten Gefässen und Formaten im Rahmen internationaler Zusammenarbeit beteiligt. Teilweise freilich begrenzt durch die EU-Nichtmitgliedschaft der Schweiz.

Dieses Jahr nimmt die Schweiz zum 25. Mal an den Europäischen Tagen des Denkmals teil. Gibt es ein besonderes Jubiläumsprogramm?

Die Denkmaltage finden gewissermassen vier Mal statt, jeder Region ist ein Wochenende gewidmet. Das Thema «ohne Grenzen» ist auch in diesem Zusammenhang zu verstehen und soll zu einem Austausch und dem Besuch der Denkmaltage über die Sprachgrenzen hinweg einladen. Daneben gibt es zahlreiche Rahmenveranstaltungen und besonders viele Denkmäler zu besichtigen.

In welcher Form sind Sie bei den Europäischen Tagen des Denkmals engagiert?

Das Bundesamt für Kultur unterstützt massgeblich die Koordination auf nationaler Ebene über die Nationale Informationsstelle zum Kulturerbe NIKE. Wir arbeiten mit der NIKE und mit Kantonsvertretern auch an der für die Gestaltung

Zur Person International in der Denkmalpflege engagiert

Oliver Martin (48) ist seit Juni 2012 Leiter der Sektion Heimatschutz und Denkmalpflege im Bundesamt für Kultur (BAK), wo er seit 2002 tätig ist. Zuvor hatte er in Zürich und Rom Architektur studiert. 2002 promovierte er an der ETH Zürich mit einer Arbeit über den «Neorealismus in der Architektur und seinen Bezug zur Literatur und Malerei». Im Dezember 2017 wurde Oliver Martin zum Präsidenten des Rats des Internationalen Forschungszentrums für Denkmalpflege und Restaurierung von Kulturgütern ICCROM ernannt. Martin ist seit Ende 2013 Mitglied des Rats dieser zwischenstaatlichen Organisation, die ihren Sitz in Rom hat.



Oliver Martin, Leiter der Sektion Heimatschutz und Denkmalpflege im Bundesamt für Kultur: «Wir müssen unsere Baukultur stärken!»

Chantal Niklaus

«Touristiker sind an unserem Fundus interessiert»

der zukünftigen Entwicklung dieser Tage mit, im Sinne einer strategischen Steuerung.

Wie intensiv müssen bestehende Denkmäler gepflegt werden?

Der beste Umgang mit Denkmälern ist deren permanente Pflege. Geschieht dies nicht, besteht die Gefahr, dass sie mit der Zeit verloren gehen. Trotz diesen Bemühungen verschwinden immer wieder Denkmäler, etwa durch Abbruch. Auf der anderen Seite kommen mit fortschreitender Zeit auch neue aus den 40er-, 50er- und 60er-Jahren, und langsam auch aus den 70ern und 80ern zum Denkmalbestand hinzu.

Wie ist es möglich, dass Denkmäler aus dem Bestand verschwinden, beispielsweise durch Abbruch?

Die herausragenden und bekannten Denkmäler sind in der Schweiz gut geschützt. Doch es gibt einen relativ

grossen und wachsenden Verlust an Denkmälern von regionaler oder lokaler Bedeutung, die auf kantonaler Stufe nicht zwingend rechtlich geschützt, aber trotzdem denkmalpflegerisch interessant sind. Wir sind besorgt, dass man mit diesem wertvollen, sogenannten Petit Patrimoine, dem man überall begegnet, unsorgfältig umgeht. Auch unsere Ortsbilder haben in den

letzten Jahrzehnten vielerorts stark an Qualität eingebüsst. Wir müssen unsere Baukultur stärken!

Wie wird die Pflege von Denkmälern finanziert?

Viele private Eigentümer engagieren sich stark für ihre Objekte. Ohne sie könnte unser kulturelles Erbe nicht erhalten werden. Sie können vom Kanton und je nach Fall auch von der Gemeinde und vom Bund finanziell

unterstützt werden. Ein national bedeutendes Denkmal kann der Bund mit einem Beitrag von 25 Prozent der subventionsberechtigten Kosten unterstützen. Der Kanton steuert gleich viel bei. Die andere Hälfte geht zulasten der Eigentümerschaften oder von Dritten, zum Beispiel private Stiftungen.

Welche Rolle spielen Denkmäler für den Tourismus?

Eine bedeutende. Dies geht auch aus der neuen Tourismusstrategie des Bundes hervor. Diese hält fest, dass die Erhaltung des Kultur- und Naturerbes eine wichtige Rahmenbedingung für den Erfolg des Schweizer Tourismus darstellt. Beim Betrachten von touristischer Werbung, etwa von Schweiz Tourismus oder von einzelnen Destinationen, fällt auf, dass fast ausschliesslich Bildmaterial verwendet wird, auf welchem entweder intakte Natur, unversehrte Landschaften oder authentisches Kulturerbe im Vordergrund stehen, häufig auch beides. Diese unverbauten Landschaften werden von Touristen und Gästen sehr geschätzt. Wir möchten daran erinnern, dass diese schönen Landschaften, Dörfer und Städte nicht ohne Anstrengungen und politischen Willen erhalten bleiben. Notwendig sind ein konsequentes Management, Instrumente und verbindliche Schutzregeln.

Beraten Sie die Touristiker betreffend Vermarktung solcher Denkmäler?

Der Tourismus kann von der Denkmalbranche erfahren, wo welche interessanten Denkmäler, kulturellen Werte und Qualitäten existieren. Wir arbeiten in diesem Bereich in jüngster Zeit verstärkt mit Schweiz Tourismus zusammen, da sich zeigt, dass die Interessen beider Parteien zu starken Synergien führen. Bei meiner Teilnahme am letzten Ferientag habe ich festgestellt, dass viele Touristiker an unserem Fundus, unserem Wissen und unseren Ressourcen interessiert sind. Umgekehrt können wir von der Kommunikation und dem Marketing des Tourismus lernen. Die Zusammenarbeit muss noch intensiviert werden, damit vorhandene Synergien noch besser für einen nachhaltigen Kulturtourismus genutzt werden können.

Sie haben beim Schweizer Seilbahninventar mitgearbeitet. Gelten denn gewisse Seilbahnen als Denkmäler?

Ja sicher. Bestimmte Seilbahnen gelten als Denkmal von nationaler Bedeutung und wurden entsprechend ins Schweizer Seilbahninventar aufgenommen. Sie legen ein wertvolles Zeugnis ab von der Industrie- und Technikgeschichte sowie der Entwicklung der Seilbahndustrie. Total sind es deren

63, von insgesamt rund 3300 Seilbahnen. Leider ist es uns bisher nicht gelungen, ein derartiges Denkmal integral zu bewahren und zu erhalten.

Sie hatten sich sehr für den Erhalt der Sesselbahn auf den Weissenstein bei Solothurn eingesetzt. Trotzdem wurde sie durch eine moderne Gondelbahn ersetzt. Schmerzt es Sie?

Ich bedaure dies. Und natürlich schmerzt es mich. Es handelt sich um eine der letzten erhaltenen Bahnen mit der berühmten kuppelbaren Von-Roll-Klemme. Dank dieser Schweizer Entwicklung wurde der Seilbahnbau einst weltweit revolutioniert. Es war auch ein besonderes Erlebnis, seitwärts im offenen Sessel knapp über den Baumwipfeln auf den Weissenstein zu fahren. Am Ende überwogen Sicherheitsüberlegungen, Standards, die man nur mit einer modernen Bahn zu erreichen meinte. Die Restaurierung einer historischen Seilbahn kann vermutlich nur gelingen, wenn auch die Eigentümerschaft mit voller Überzeugung die Erhaltung anstrebt. Zusammen mit öffentlichen Beiträgen und technischer Unterstützung sollte dies möglich sein und müsste mindestens einmal ernsthaft versucht werden. Leider konnte ein derartiges Vorhaben bisher nicht realisiert werden.

Begriff Denkmal Deutlich breiter gefasst als Skulpturen und Reiterstandbilder

Die Eidgenössische Kommission für Denkmalpflege hat in ihren «Leitsätzen» definiert, was Denkmäler sind: Es handelt sich um ortsgelundene Objekte, die geschichtlichen Zeugniswert haben. Ein Objekt aus vergangener Zeit werde durch menschliches Erkennen und Interpretieren zum Denkmal. Denkmäler können Zeugnisse jeglichen menschlichen Wirkens sein: historische Ereignisse und Entwicklungen, künstlerische Leistungen, soziale Einrichtungen, technische Errungenschaften. Denkmäler seien bestimmt durch ihre überlieferte Materie;

diese mache die Authentizität der Denkmäler aus. Die physische Gestalt der Denkmäler sei dabei vielfältig: Das Denkmal könne sowohl ein Einzelobjekt – zum Beispiel ein Gebäude oder eine archäologische Fundstelle – wie auch Teil eines Objekts oder einer Gruppe von Objekten bis hin zu einer Ortschaft und Kulturlandschaft sein. Die Umgebung des Denkmals bilde einen wichtigen Rahmen für seine Wahrnehmung. Denkmäler sind deshalb weit mehr als Kunstwerke im öffentlichen Raum, wie etwa Skulpturen und Reiterstandbilder.

Pro und Contra zur Abstimmung

Unnötige und teure Agrarinitiativen

Die Branche handelt bereits nachhaltig im Sinne der Landwirtschaft.

Gastkommentar von Armin Hartlieb

Am 23. September kommen die sogenannte Fair-Food-Initiative und die Volksinitiative für Ernährungssouveränität zur Abstimmung. Deren Annahme wäre nicht nur für die Hotellerie verheerend, weswegen hotellerie-suisse die Nein-Parole zu beiden Initiativen beschlossen hat. Sie sind auch überflüssig, da sich gerade unsere Branche bereits für eine Stärkung der Schweizer Landwirtschaft sowie gegen Food Waste einsetzt.

Die Fair-Food-Initiative möchte das Angebot an umweltschonend, tierfreundlich und unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellten Lebensmitteln stärken. Auch importierte Lebensmittel sollen diesen Anforderungen genügen, was auch die Anhebung von Einfuhrzöllen bedeuten könnte und die Vorleistungen für die Hotellerie verteuern würde.

Die Hotellerie leidet jedoch ohnehin schon unter hohen Beschaffungskosten bei den Nahrungsmitteln, insbesondere

beim Fleisch (170 Prozent teurer als in der EU), was ein grosser Wettbewerbsnachteil gegenüber dem Ausland ist. Eine weitere Abschottung durch die Initiative würde die Kostenproblematik noch verschärfen. Zusätzlich wird die Auswahl und damit die Wahlfreiheit eingeschränkt.

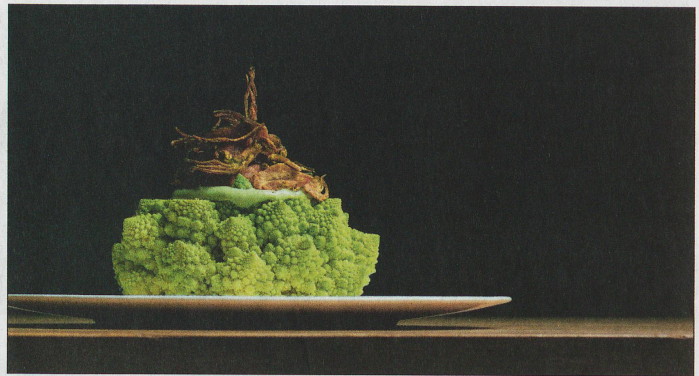
hotellerie-suisse spricht sich zwar grundsätzlich für Nachhaltigkeit aus. Der Verband wehrt sich jedoch gegen eine Benachteiligung der Hotelrestaurants und gegen eine Bevormundung der Gäste. Ferner würden neue Gesetzesvorgaben im Bereich Food Waste drohen. hotellerie-suisse möchte keine zusätzlichen Regulierungen und setzt stattdessen auf zielführende freiwillige Massnahmen, welche die Branche bereits ergriffen hat und die auch Wirkung zeigen. So wurden beispielsweise fünf Zürcher Hotels durch Coaching auf Food Waste sensibilisiert. Durch die anschliessenden Massnahmen konnten Lebensmittelabfälle im

Schnitt um 42 Prozent innerhalb eines Monats reduziert werden.

Die Initiative für Ernährungssouveränität ist noch radikaler und möchte die gesamte Agrarpolitik zurückdrehen. Ziel ist die Förderung einheimischer Produktion und eine Versorgung mit überwiegend hiesigen Lebens- und Futtermitteln. Das soll mit zusätzlichen staatlichen Marktinterventionen erreicht werden. Dies wäre ein klarer Rückschritt! Die geforderten staatlichen Marktinterventionen würden Agrarrohstoffe und Lebensmittel im Vergleich zu unseren Nachbarländern noch weiter verteuern. Zudem ist auch diese Initiative völlig unnötig. Viele Beherbergungsbetriebe setzen bereits heute auf eine regionale Lebensmittelbeschaffung und stärken somit die Schweizer Landwirtschaft. Beispielsweise hat die IG Saanenland mit zwanzig Hotels eine nachhaltige Einkaufskooperation gegründet, die insbesondere lokal hergestellte Lebensmittel für ihre Betriebe einkauft.

Die beschriebenen Beispiele zeigen: Die Branche geht proaktiv voran. Es braucht keine staatlichen Eingriffe. Deshalb gilt es jetzt, die beiden standortschädigenden Ernährungsinitiativen an der Urne zu Fall zu bringen. Damit können höhere Preise für die Beherbergungsbranche verhindert und die Standortattraktivität erhalten werden.

Armin Hartlieb ist Projektleiter Wirtschaftspolitik bei hotellerie-suisse



blickfang

Unkonventionelles Esserlebnis

Wenn Spitzenköche auf Künstler treffen, die Geschirr und Besteck komplett neu interpretieren, dann sind die Gastro-Kuratoren von «Steinbeisser» mit ihrer «Experimentellen Gastronomie» am Werk: Nach Tanja Grandits im 2016 beehrt nun der in Milano tätige Japaner Yoji Tokuyoshi die Gewächshäuser der Basler Merian-Gärten. Am 19. und 20. September 2018 serviert er ein veganes Menü mit Künstlern, die eigens für den Anlass Tabletop kreiert haben, so mit Konventionen brechen und das Esserlebnis auf eine neue Ebene heben.

fee



Fotos Marco Varoll, Rein Janssen für steinbeisser.org

Zwischen Kosten und Klimaschutz

Die Fair-Food-Initiative will mehr Nachhaltigkeit. Und diese gibt es nun mal nicht zum Nulltarif.

Gudrun Schlenczek

Das Schweizer Gastgewerbe hat ein Kostenproblem. Die Lebensmittelkosten liegen gut 70 Prozent über dem europäischen Mittel, bei den Löhnen beträgt die Differenz zum Beispiel im Vergleich zu Deutschland teilweise sogar 100 Prozent. Kein Wunder hat die Branche wenig Freude an den zwei Agrar-Initiativen, über die das Stimmvolk am 23. September abstimmt. Denn einen Annahme dieser Initiativen würde dieses Problem sicher noch verschärfen.

Die beiden Initiativen unterscheiden sich aber grundsätzlich. Während die Initiative für Ernährungssouveränität die Schweizer Agrarpolitik neu ausrichten will mit mehr Staat und weniger Markt, will die Fair-

Food-Initiative, dass in der Schweiz verkaufte Lebensmittel «fair, nachhaltig und tierfreundlich» produziert werden, egal ob im In- oder im Ausland. Ein Anliegen, das durchaus dem heutigen Zeitgeist entspricht. Nachhaltigkeit, die auf ethischen und ökologischen Werten beruht, gewinnt immer mehr an Bedeutung – auch in der Hotellerie.

Das Ernährungssystem gilt als eine der wichtigsten Ursachen für den Klimawandel, die Umweltverschmutzung und Wasserknappheit. Wie stark alle drei Faktoren Natur und Umwelt belasten können, zeigt der diesjährige «Jahrhundertsommer» in Mitteleuropa eindrucklich. Braune statt grüne Wiesen, ausgetrocknete Bäche in der Ost-

schweiz, herbstlicher Laubfall mitten im Sommer. Insgesamt kam die Schweiz punkto Wassermangel zwar noch sehr gut davon. Es sind die Gletscher, die in heissen Sommern ausgleichen und in weiten Teilen des Landes Flüsse und Quellen dann doch noch ausreichend füllen. Ihr Erhalt ist zentral für den Wasserhaushalt der Schweiz, ihr Erhalt braucht aber auch Klimaschutz, welchen die Fair-Food-Initiative neben Tierwohl und sozialen Aspekten ebenso zum Ziel hat.

Es mag erstaunen, dass mit dem Tourismus und der Landwirtschaft gerade zwei Branchen, die besonders auf intakte Natur- und Umweltbedingungen angewiesen sind, sich so vehement gegen die Initiative wehren. Dabei lässt der Initiativtext offen, wie streng das Thema Nachhaltigkeit nun wirklich umgesetzt werden muss. Offen lässt der Initiativtext leider auch, ob das zu einem Preis erreicht werden kann, der nicht zu neuen Ungerechtigkeiten – auf Unternehmens- und Konsumentenebene – führt. Denn dann wäre das Ziel der Nachhaltigkeit verfehlt. Doch das darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass es Nachhaltigkeit nicht zum Nulltarif gibt. Langfristig kann die Rechnung auch für den Tourismus nur mit einer intakten Umwelt aufgehen.

leserbrief

Tierwohl und regionale Produkte entsprechen Gästebedürfnis

Zu «Agrar-Initiativen überzeugen nicht», erschienen in der htr vom 23.8.2018

hotellerie-suisse-Präsident Andreas Züllig befürchtet, dass Hoteliers nicht mehr konkurrenzfähig sind, falls die Fair-Food-Initiative angenommen wird. Leider sind

für das Tierwohl zusätzliche Kontrollen notwendig. Denn Tierschützer decken regelmässig Skandale mit tierquälerischen Haltungsformen auf. Hoteliers wissen, dass das Tierwohl und regionale Produkte einem Gästebedürfnis entsprechen, also ist es konsequent, sich für faire Nahrungsmittelproduktion einzusetzen und die Fair-Food-Initiative zu unterstützen, auch wenn das Frühlingskei von glücklichen Hühnern ein paar Rappen mehr kostet als das Käfigei.

Das Essen werde 50% mehr kosten, behaupten die Gegner. Diese

Falsch Aussage wird nicht besser, wenn sie wiederholt wird. 50% unserer Lebensmittel stammen eh aus dem Ausland und sind von der Initiative nur am Rande betroffen. Wichtige Grundnahrungsmittel wie Olivenöl aus Griechenland, Reis aus Asien oder auch Mineralwasser aus dem Wallis werden nicht teurer werden. Bekannt sich der Gastgeber offen zu fairen Lebensmitteln, kann er dem Gast mit relativ wenig Aufwand eine grosse Freude bereiten.

Martin A. Liechti, Mair

Der Wandel als Dauerzustand

Die Digitalisierung bedeutet für die Hotela eine riesige Chance, Synergien zu nutzen und Datensicherheit und Transparenz zu stärken.

Gastkommentar von Michael Bolt

Wer im Tourismus von Digitalisierung spricht, denkt an digitales Marketing und an smarte Technik, an Booking und an Airbnb. Digitale Tools kommen zum Zug, um den Gast persönlicher und direkter ansprechen zu können, ihm einen möglichst entspannten Aufenthalt zu bieten und auch nach Abreise mit ihm in Kontakt zu bleiben. Wer im Bereich der Sozialversicherung von Digitalisierung spricht, denkt vor allem an die optimale Vernetzung von Daten und an automatisierte Standardprozesse. So oder so eröffnet die Digitalisierung Perspektiven, die wir bis vor kurzem nicht für möglich gehalten hätten. Gleichzeitig sorgt sie für tiefgreifende Veränderungen im Verhältnis zu Kunden und Gästen und für neue Organisationsformen und Arbeitsweisen innerhalb der Unternehmen.

Für die Hotela bedeutet die Digitalisierung vor allem eine riesige Chance, Synergien zu nutzen, Datensicherheit und Transparenz zu stärken, Abläufe zu vereinfachen. Davon profitieren die uns angeschlossenen Unternehmen: Sie werden von administrativer Arbeit entlastet und können ihre Kosten senken. Früher mussten sie unzählige Formulare ausfüllen, die dann in der Hotela manuell verarbeitet und elektronisch erfasst wurden. Der Aufwand war sowohl für unsere Kunden als auch für die Hotela beachtlich. Heute geben unsere Kunden ein Versicherungsereignis auf der Online-Plattform Hotela+ einmalig ein, auch wenn mehrere Sozialversicherungen davon betroffen sind. Dafür benötigen sie weder versicherungstechnisches Know-how, noch müssen sie über IT-Kenntnisse verfügen.

In unserer von Vorschriften geprägten Welt bringt die Digitalisierung einen weiteren Vorteil: Vorprogrammierungen minimieren Fehlerquellen und stellen die Einhaltung von Gesetzen und Vorgaben sicher. Mit zunehmender Reglementierung wird das immer wichtiger. Die automatische Einhaltung aller L-GAV-Bestimmungen ist auch ein zentraler Grund,

weshalb immer mehr Unternehmen im Lohnwesen auf Hotela Full setzen. Die digitale Transformation verändert die Arbeitsteilung zwischen den Unternehmen und ihren Kunden. Heute sind Gäste, Konsumenten und Kunden besser informiert und können Angebote schneller und zuverlässiger vergleichen. Ob beim eBanking, an der Self-Scanning-Kasse, beim Check-in oder bei Produktentwicklungen: Die Kunden «arbeiten» heute mit. Sie erhalten mehr Kontrolle, mehr Wissen, mehr Einfluss – und werden damit auch anspruchsvoller. Die unternehmerischen Herausforderungen sind immens: Zum einen müssen sich die Anbieter intensiver denn je mit ihren Kunden befassen. Wie sehen ihre Erwartungen und ihre Bedürfnisse aus? Welche Technologien nutzen sie heute, welche morgen? Zum anderen gilt es, die Ansprüche der Kunden und die technischen Aspekte in Einklang mit den Unternehmenszielen zu bringen. Und schliesslich geht es darum, die eigene Organisation optimal aufzustellen sowie die eigene Führungs- und Fehlerkultur anzupassen. Ein Beispiel: Mit der Einführung von Hotela+ benötigen unsere Mitarbeitenden nicht nur neue Kenntnisse, sondern auch mehr Spielraum für Entscheidungen. Dies setzte neben neuen Kompetenzregelungen auch gezielte Schulungen, eine Stärkung der Eigenverantwortung und ein Überdenken der Führungsaufgaben voraus.

Ja, die Welt ist im Umbruch. Der Wandel ist längst zum Dauerzustand geworden. Dabei hängt der unternehmerische Erfolg nur in zweiter Linie von neuen Technologien ab. Viel entscheidender ist die Frage, wie wir und unsere Kunden diese Technologien einsetzen – ob es uns gelingt, unsere Teams für den Wandel fit zu machen und sie für Neues zu begeistern.

Michael Bolt ist Generaldirektor der HOTELA, der Sozialversicherung und Verbandsausgleichskasse von hotellerie-suisse.

Hier orientiert sich Ihr Kunde!

htr – Werbung ohne
Streuverluste.

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotel revue

Konkrete Zahlen fehlen noch

Aufgrund der Stellenmeldepflicht registrieren die RAVs mehr offene Stellen aus dem Gastgewerbe. Wie viele Stellen besetzt werden können, lässt sich noch nicht sagen.

DANIEL STAMPF

Seit zwei Monaten ist die Stellenmeldepflicht in Kraft. Konkrete Zahlen zu den gemeldeten Stellen aus dem Gastgewerbe liegen noch keine vor. Von Zahlen, wie viele Stellen durch die Massnahme besetzt werden konnten, ganz zu schweigen. «Da die Stellenmeldepflicht erst seit zwei Monaten in Kraft ist, können wir aktuell noch keine verwertbaren Aussagen machen», erklärt Alessandro Tani, Bereichsleiter Arbeitslosenversicherung beim Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA) des Kantons Basel-Stadt, auf Anfrage. Tani rechnet damit, im Oktober aussagekräftige Angaben machen zu können. Allerdings registrierte das AWA eine Zunahme der Stellenmeldungen – der Anteil der stellenmeldepflichtigen Stellen liegt bei rund 55 Prozent. Von den betroffenen Berufsarten seien vor allem jene im Gastgewerbe, teil-



In die meldepflichtige Berufsart Küchenpersonal fallen verschiedene Berufsbezeichnungen mit verschiedenem Anforderungsprofil.

Getty Images/jazzIR

Beschäftigung Starker Anstieg im 2. Quartal 2018

Gemäss den Zahlen des Bundesamtes für Statistik (BFS) ist die Gesamtbeschäftigung (in Anzahl Stellen) in der Schweiz im 2. Quartal 2018 im Vergleich zum Vorjahresquartal um 2,1 Prozent gestiegen. In Vollzeitäquivalenten stieg die Beschäftigung im selben Zeitraum um 2,0 Prozent. In der gesamten Wirtschaft wurden 14000 offene Stellen mehr gezählt als im entsprechenden Vorjahresquartal. Das stärkste Wachstum war laut BFS beim Gastgewerbe zu verzeichnen (+12000; +5,0%). Insgesamt entwickelte sich der tertiäre Sektor mehrheitlich positiv. In allen Grossregionen ausser dem Tessin vermeldete dieser Sektor einen Anstieg der Beschäftigten.

Im 2. Quartal repräsentieren die Unternehmen, welche den Personalbestand im nächsten Quartal beibehalten wollen, 72,5% der Gesamtbeschäftigung. Diejenigen Unternehmen, die eine Erhöhung der Beschäftigtenzahl planen, vertreten 10,9% der Beschäftigten und jene, welche einen Abbau beabsichtigen, 3,4%. Der Anstieg ist im sekundären Sektor ausgeprägter als im tertiären Sektor, zu welchem das Gastgewerbe zählt.

Wie das BFS weiter festhält, haben die Schwierigkeiten bei der Personalrekrutierung von gelernten Arbeitskräften im Vergleich zum Vorjahresquartal zugenommen (32,3%; +2,8 Prozentpunkte).

Hotellerie veröffentlichten. Laut Lucie Hribal, Leiterin Kommunikation beim Amt für Wirtschaft und Arbeit, seien viele Rekrutierungen noch nicht abgeschlossen, und entsprechend seien die seit Anfang Juli bis jetzt vorliegenden Zahlen nicht aussagekräftig. Im Kanton Wallis wurden aus der Hotellerie im Juli 464 zu meldende offene Stellen registriert, 6,5-mal mehr als im Juli 2017, wie Peter Kalbermatten, Chef der Walliser Dienststelle für Industrie, Handel und Arbeit erklärt.

«Wir verlangen eine Differenzierung bei den einzelnen Berufsgruppen.»

Andreas Züllig
Präsident hotelleriesuisse

Ergebnisse sollen an rundem Tisch diskutiert werden

«Das Feinmonitoring nach Branchen aufgeschlüsselt existiert bei uns noch nicht in publikationsfähiger Form», sagt Agatha Thürlir vom Bündner Amt für Industrie, Gewerbe und Arbeit. Die offiziellen Zahlen zu den offenen Stellen werden vom Seco erhoben. Agatha Thürlir schätzt, dass 60 bis 65 Prozent der meldepflichtigen Stellen aus dem Gastgewerbe stammen. Im Juli hätten viele

Betriebe schon begonnen, für die Wintersaison Mitarbeitende zu rekrutieren. Der Kanton Graubünden hat in Chur ein Stellenmeldezentrums errichtet, das für alle Regionen des Kantons die stellenmeldepflichtigen Stellen informativ sammelt.

«Wir sind verpflichtet, alle offenen Stellen zu melden, und ich gehe davon aus, dass dies die Hotellerie auch tun», erklärt hotelleriesuisse-Präsident Andreas Züllig. Über konkrete Zahlen verfügt er nicht. «Zwei Monate sind eine zu kurze Zeit, um eine Zwischenbilanz ziehen zu können», so Züllig. Noch im September will der Arbeitgeberverband

zusammen mit dem Seco einen runden Tisch mit Bundesrat Johann Schneider-Ammann zu diesem Thema organisieren. Dabei sollen erste Erfahrungen ausgetauscht und Tendenzen analysiert werden. «Wir sind alles andere als begeistert von der Stellenmeldepflicht. Der administrative Aufwand ist für die Hotelbetriebe immens», erklärt Züllig. Hinzu komme, dass gewisse in der Meldepflicht aufgenommene Berufsgruppen gar nicht in diesen Katalog gehörten. Als Beispiele nennt der hotelleriesuisse-Präsident ausgebildete Fachkräfte im Bereich Service, Küche oder Réception. «Es ist sehr schwierig, qualifizierte Arbeitskräfte zu finden. Der Arbeitsmarkt ist ausgetrocknet.» Verlangt werde für die Stellenmeldepflicht eine Differenzierung bei den einzelnen Berufsgruppen. Züllig geht davon aus,

dass man rund in einem Jahr darüber diskutieren und die notwendigen Massnahmen einleiten könnte.

Seit dem 1. Juli unterliegen 19 Berufsarten mit insgesamt 269 Berufen der Stellenmeldepflicht. Eine Stellenmeldepflicht gilt dann, wenn eine Berufsart eine durchschnittliche Arbeitslosigkeit von mindestens 8 Prozent aufweist. Vom Gastgewerbe sind die fünf Berufsarten Empfangspersonal und Portiers, Servicepersonal, Etagen-, Wäscherei- und Ecomatpersonal, Küchenpersonal sowie Hauswirtschaftliche Betriebsleiter/-innen mit verschiedenen Berufen betroffen. Ein Arbeitgeber, der eine entsprechende Stelle besetzen will, muss sie während fünf Tagen zunächst dem Regionalen Arbeitsvermittlungszentrum melden, bevor er sie breiter ausschreiben darf.

Mangel Auch anderswo Thema

Die deutsche Bundesregierung will das Fachkräftekonzept neu ausrichten und sich auf drei Bereiche konzentrieren: die inländischen, europäischen und die internationalen Fachkräftepotenziale. Dazu hat Bundesinnenminister Horst Seehofer die Eckpunkte für ein Fachkräfte-Einwanderungsgesetz vorgestellt.

Kriterien für die Einwanderung sollen dabei die berufliche Qualifikation, das Alter, deutsche Sprachkenntnisse, ein konkretes Arbeitsplatzangebot und die Sicherung des Lebensunterhalts in angemessener Weise sein. Es ist geplant, die Beschränkung auf Engpassberufe, die sogenannten «Mangelberufe», sowie die Vor-

rangprüfung für inländische Bewerber fallen zu lassen. Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband Dehoga Bayern begrüsst das von Horst Seehofer vorgelegte Eckpunkte-Papier. Das Fachkräfte-Einwanderungsgesetz sei bei dem akuten Fachkräftebedarf im bayerischen Gastgewerbe, der sich zu einem bedeutenden Wirtschaftsrisiko entwickelt habe, der richtige Weg.

Auch in Österreich macht man sich Sorgen über den Fachkräftemangel. In 37 Prozent der Betriebe stehen durch den Fachkräftemangel weitere Arbeitsplätze auf dem Spiel, schreibt die Österreichische Hoteliervereinigung ÖHV in einer Medienmitteilung. Kritik

äussert ÖHV-Präsidentin Michaela Reitterer an der Rot-Weiss-Rot-Karte: «In ihrer aktuellen Form ist sie ein Rohkrepler.» Ausgerechnet dort, wo der Mitarbeiterbedarf am grössten sei, weise sie Lücken auf. Der Tourismus schreibe die meisten Stellen aus, aber die Kriterien für die Rot-Weiss-Rot-Karte orientierten sich an anderen Branchen: «Die Reform muss die Fehler der Vergangenheit dringend reparieren», fordert Michaela Reitterer. Die Rot-Weiss-Rot-Karte wird für 24 Monate ausgestellt. Sie berechtigt Personen aus einem Staat ausserhalb der EU zur befristeten Niederlassung und zur Beschäftigung bei einem bestimmten Arbeitgeber. **dst**

TODESANZEIGE

14 Tage Das Wichtigste aus der Hotellerie



harrys-home.com/|Johannes Plattner



Rendering/zvg

hochhaus-projekt
Harry's Home Hotels ziehen im «BäreTower» in Ostermündigen ein

Im geplanten Hochhaus «Bäre Tower» in Ostermündigen bei Bern sollen öffentliche und private Nutzungen einhergehen: Wohnungen, Büros, Gastronomie und ein Hotelbetrieb sind vorgesehen. Die Halter AG als Projektentwicklerin konnte nun Helvetia Versicherungen als institutionelle Investorin für das gesamte Projekt gewinnen. Die junge **Lifestyle-Hotelmarke Harry's Home** wird den Hotelbetrieb übernehmen. Für die Hotel- und Gastronomienutzung im «Bäre Tower» konnten bereits Pachtverträge mit den Ankermietern unterzeichnet werden. Den Restaurantbetrieb wird die in Bern ansässige Sportgastro AG übernehmen.

neueröffnung
RIMC Schweiz eröffnet ein Moxy Hotel in Rapperswil-Jona

Die RIMC Schweiz Hotels und Resorts AG hat einen Mietvertrag mit den Eigentümern eines neuen Hotels in Rapperswil-Jona (SG) unterzeichnet. Die Neueröffnung mit 86 Zimmern an der Neuen Jonastrasse ist auf Herbst 2020 geplant und soll unter der Trend-Marke Moxy von Marriott International geführt werden. Diese Zusammenarbeit ist neu: Die Franchise-Partnerschaften der geplanten **Moxy Hotels in Bern und Lausanne** laufen beide über die Hotelbetreiberin SV Hotel. Das «Moxy» in Rapperswil-Jona wird das Erste in der Schweiz sein, das nicht durch die SV Group, sondern durch die RIMC Schweiz AG betrieben wird. **npa/og**

Zürich, im September 2018

Dora Müller-Kusterer

1. Oktober 1926 bis 28. August 2018

Am Dienstag vergangener Woche durfte Dorli friedlich einschlafen. Die Beisetzung hat ohne Trauergäste stattgefunden. Es werden keine Anzeigen versandt.

In stiller Trauer
Adrian und Pilar Müller

Tourismus wird nicht grounden

Für den Berner Tourismus ist das Überleben des Flughafens Bern-Belp viel bedeutender als das Aus einer einzelnen Airline. Diesbezüglich ist der Bern-Welcome-Chef besorgt.

DANIEL STAMPFLI

Das überraschende und definitive Grounding der Berner Regionalfluggesellschaft Skywork vor zehn Tagen bedauert Martin Bachofner, CEO von Bern Welcome zwar. Denn die Gesellschaft habe sich für den Standort Bern engagiert. Für den Berner Tourismus habe das Aus jedoch keine direkten grossen Konsequenzen. Da die Leisure-Gäste mehrheitlich aus den Nahmärkten stammen, erfolgt laut Bachofner die Anreise oft mit dem Zug, dem Auto, oder dann über die

Flughäfen Basel oder Zürich. Und für das MICE-Geschäft sei der Schweizer Heimmarkt gleichzeitig Hauptmarkt.

«In den seltensten Fällen reisen Geschäftsleute mit dem Flugzeug an. Ausser es handelt sich um ein Privatflugzeug», so Martin Bachofner. Internationale MICE-Gäste reisten meistens mit Langstreckenflügen und über die Flughäfen Basel, Genf oder Zürich an. «Somit hat das Skywork-Grounding kaum Auswirkungen auf unser MICE-Geschäft.» Das Gleiche gelte für den Bereich Events, dessen Zielmarkt der Nahmarkt Schweiz sei.

Anbindung an zentralen Hub

Für Bachofner geht es jedoch nicht primär um das Aus einer einzelnen Fluggesellschaft, sondern vielmehr um die Zukunft des Berner Flughafens. Damit ein Flughafen längerfristig überleben könne, brauche er Frequenzen. «Mit dem Wegfall von Skywork ist dieses

«Das längerfristige Überleben des Flughafens Bern ist gefährdet.»

Martin Bachofner
CEO Bern Welcome

längerfristige Überleben aus meiner Sicht nun gefährdet», so der CEO von Bern Welcome. Für den Tourismuskanton Bern sei der Flughafen Bern aber unentbehrlich. «Eine Carrier-Anbindung an einen zentralen Hub wie beispielsweise Amsterdam, Frankfurt oder München hat das Potenzial, bei entsprechender Bewerbung, zusätzliche Gäste bequem und direkt in die Destinationen zu bringen», ist Martin Bachofner überzeugt. Hierzu bedürfe es allerdings auch einer Optimierung



Für den Berner Tourismus ist die Existenz des Flughafens wichtiger als die einer einzelnen Airline. zvg

der Anbindung an den öffentlichen Verkehr.

Diverse Fluggesellschaften bringen sich in Stellung

Verschiedene Airlines sind an einzelnen Linien von Skywork interessiert. Helvetic Airways will prüfen, ob das Unternehmen Teile von Skywork übernehmen will. Nicht ausgeschlossen ist ein Einstieg von Adria Airways in Bern. Als Skywork im letzten November kurzfristig während zwei Tagen gegroundet war, hatte Adria Airways Switzerland versucht, einzuspringen. Am vergangenen Montag ist ein Flugzeug der österreichischen Airline People's erstmals anstelle von Skywork vom Flughafen Bern gestartet. Die Maschine flog Feriengäste in die griechische Hafenstadt Preveza. Dass Bern-Belp ein schwieriges Terrain ist für Fluggesellschaften, haben in den vergangenen Jahren schon etliche Fluggesellschaften zu spüren bekommen.

Hotel Wird gerichtlich liquidiert

«Das Airport-Hotel und Restaurant ist geschlossen und steht zum Verkauf.» Dies ist kurz und knapp die Message auf der Homepage des Hotels am Flughafen Bern-Belp. Das Hotel ist bereits seit Ende 2016 geschlossen. Nach Ablauf der durch den Gerichtspräsidenten des Regionalgerichts Bern-Mittelland gewährten sechsmonatigen Nachlassstundung hat die Airport Hotel Bern-Belp GmbH als Schuldnerin mit ihren Gläubigern einen Nachlassvertrag mit Vermögensabtretung abgeschlossen. Dieser Vertrag war Ende Mai 2018 durch den Ge-

richtspräsidenten des Regionalgerichts Bern-Mittelland gerichtlich bestätigt worden. Nun befindet sich das Hotel in Nachlassliquidation.

Als Liquidator eingesetzt wurde der bisher als Sachwalter amtierende Fürsprecher Andreas Feuz. Er ist für den Verkauf des Hotels verantwortlich. «Wir sind nun kurz vor dem Abschluss des Verkaufs», erklärt Feuz auf Anfrage. Zum möglichen Verkaufspreis will er keine Angaben machen, hofft jedoch, dass dieser nicht durch das Grounding von Skywork noch beeinflusst werde.

Der Käufer müsse Investitionen tätigen. Diese könnten zwischen 2 und 30 Millionen Franken betragen, je nach Projekt, welches der Käufer realisieren möchte. Auftrag zum Verkauf habe sowohl BDO Visura wie auch hotel-forsale, wie deren Geschäftsführer Jürg Zumkehr erklärt. Schon während der sechsmonatigen Nachlassstundung wurde ein Käufer gesucht. Im November 2017 war von mehreren Interessenten die Rede. Und es herrschte Zuversicht, dass der Verkauf noch im 2017 über die Bühne gehen würde. dst

ANZEIGE

hotelbildung.ch

hotelleriesuisse

NDS HF Hotelmanagement

Die einzigartige, praxisorientierte und bewährte Kaderschmiede der Schweizer Hotellerie

Zu den Besten des Fachs gehört in der Hotellerie, Gastronomie und im Tourismus heute, wer als Leader Wissen, Können und Persönlichkeit vereint. Im einzigen Nachdiplomstudium in der touristischen Dienstleistung auf der Stufe Höhere Fachschule holen sich die Entscheidungsträger von morgen das Rüstzeug, um zielbewusst die finale Stufe auf der Karriereleiter zu erklimmen. Der Studiengang besticht und differenziert sich durch höchste Praxisrelevanz, moderne Unterrichtsformen und aktivierende Lernmethoden. Die Titel «Dipl. Hotelmanagerin NDS HF» und «Dipl. Hotelmanager NDS HF» eröffnen Ihnen neue Laufbahnperspektiven!

Profitieren Sie von der finanziellen Unterstützung des NDS durch den L-GAV!

Sichern Sie sich einen der letzten freien Plätze im Zyklus 45!

Kursbeginn: 14. Oktober 2018

www.hotelbildung.ch/nds

hotelleriesuisse

Unternehmerbildung

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Telefon +41 31 370 43 01

Fax +41 31 370 44 44

unternehmerbildung@hotelleriesuisse.ch

www.hotelbildung.ch/nds

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
NDS HF Hotelmanagement

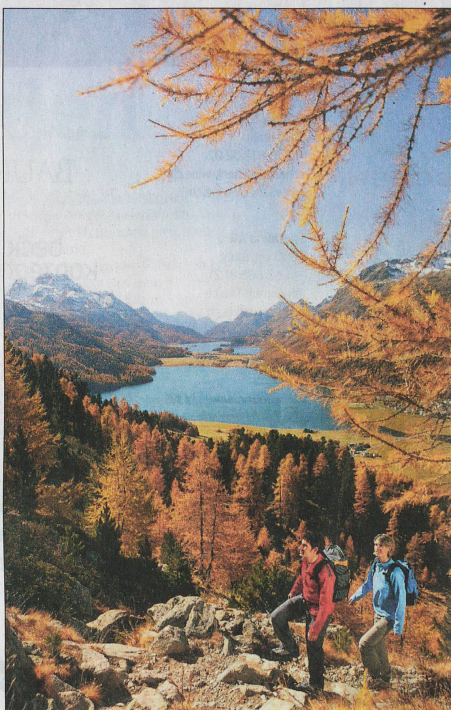


Herbst soll mehr Gewicht erhalten

ST lanciert zusammen mit der Branche erstmals eine nationale Herbstkampagne. 2022 sollen erstmals zusätzlich 200 000 Hotellogiernächte pro Herbstsaison erreicht werden.

DANIEL STAMPELI

Im goldenen Schweizer Herbst liegt ein gewaltiges Potenzial für spontane Entdeckungsreisen, erklärte Martin Nydegger, Direktor von Schweiz Tourismus (ST) bei der Lancierung der ersten Herbstkampagne in Zürich. Diese fand zeitgleich mit den Lancierungen in Bellinzona und Fribourg statt. Die Kampagne dauert bis am 31. Oktober 2018. Geplant sind eine spezielle Herbst-Website mit Ferienideen, eine übersichtliche Webcam-Seite, tagesaktuelle Herbstbilder, Spots, Inserate, ein Magazin und Social-Media-Aktivitäten. Schweiz Tourismus will ausserdem mit «User Generated Content» auf die Vorzüge des Schweizer Herbstes aufmerksam machen: Täglich soll im Schweizer Fernsehen vor der Sendung «Meteo» das Gäste-Herbstbild des Tages ausgestrahlt werden. Hobbyfotografen können ein aktuelles Herbstfoto via Social Media hoch-



Künftig sollen mehr Gäste den Herbst in der Schweiz verbringen. ST hat dazu eine Kampagne lanciert. swiss-image/Christoph Sonderegger

laden, die Favoriten-Bilder werden dann ausgestrahlt. Das Brutobudget der Kampagne beläuft sich auf 3,5 Millionen Franken. Im Jahr 2022 will ST erstmals mit diesen Marketingmassnahmen zusätzlich 200 000 Hotellogiernächte in den Monaten September und Oktober generieren, ein Plus pro Herbstsaison von 3% zu 2017.

Gemäss dem Tourismus Monitor Schweiz 2017 (TMS) bevorzugen die Schweizer Herbstgäste spontane Kurztrips (ein bis drei Nächte) in einer Bergdestination. Das belegt auch die Hotellogiernächtestatistik des Bundesamts für Statistik (BFS). Die Aufenthaltsdauer von Schweizer Gästen im alpinen Raum ist laut BFS in den letzten 5 Jahren von durchschnittlich 2,09 Tagen auf 1,99 Tage gesunken (-5%). Im gleichen Zeitraum stieg dafür die Zahl der Ankünfte um 6,3% an, während die Zahl der Logiernächte von Schweizer Gästen in den Bergen um 1% angestiegen ist.

Trotz abnehmender Aufenthaltsdauer gab es also ein Wachstum bei den Hotellogiernächten, weil die Ankünfte so stark angestiegen sind. Das heisst, es kommen mehr Gäste oder sie kommen häufiger, bleiben jedoch etwas weniger lange in den Bergen. Davon profitieren neben der (Para-)Hotellerie sowohl die Gastronomie wie auch Tourismus-

nahe Betriebe (Kultur, Detailhandel, Sport, Bergbahnen etc.): «Gemäss TMS 2017 wollen sich Herbstgäste einerseits erholen, aber auch etwas erleben. Dazu

gehören sportliche Aktivitäten wie Wanderungen oder Veranstaltungen wie Alpbazüge oder Herbstfeste. Gäste im Herbst sind zudem Geniesser, die besonders auf kulinarische Erlebnisse ansprechen», so Samuel

«Im goldenen Schweizer Herbst liegt ein gewaltiges Potenzial.»

Martin Nydegger
Direktor Schweiz Tourismus

Zuberbühler, Marketing Manager bei ST. In den letzten Jahren beobachteten viele Destinationen und Bergbahnen eine konstante oder

positive Gästeentwicklung für die Monate September und Oktober, darunter auch die Zermatt Bergbahnen AG: «Die Erstzutritte und Erträge in den Monaten September und Oktober haben sich gesamthaft im Fünfjahreschnitt um ca. 20% gesteigert», weiss Lorena Donnabella, stv. Leiterin Marketing Zermatt Bergbahnen AG.

Und auch bei Graubünden Ferien ist man positiv gestimmt: «Der Herbst wurde touristisch lange Zeit eher zurückhaltend behandelt», so Roland Signer, Leiter Corporate Communication. «In den letzten Jahren hat aber ein Umdenken stattgefunden. Thematisch steht bei der Herbstvermarktung in Graubünden ein naturnaher Tourismus rund um die Bereiche Kulinarik und Wandern im Zentrum.»

Velokampagne Schweiz Tourismus zieht eine positive Zwischenbilanz

ST lancierte im Frühjahr die Sommerkampagne «Die Natur will dich zurück – auf dem Velo». Die Zwischenbilanz zeigt nun, dass merklich mehr Feriengäste mit dem Fahrrad unterwegs sind. «Themen wie Kultur, Kulinarik, Wandern und Velofahren entwickeln sich positiv», meldet etwa Geschäftsführer Stefan Ulrich von Region Olten Tourismus im Rahmen der ST-Umfrage bei Regionen, Destinationen, Bergbahnen, Hotellerie und Parahotellerie sowie weiteren touristischen Leistungsträgern.

Für den Präsidenten von hollerieruisse und Gastgeber des Hotels Schweizerhof in Lenzerheide, Andreas Züllig, zeigt sich: «Biken, Wandern und Familien in den Bergen sind weiterhin ein Wachstumsmarkt. Insbesondere der Heimmarkt ist sehr stark.» «Obwohl drei von zehn Velo-Veranstaltungen noch ausstehen, können bis Ende Saison rund 10 000 Velofahrer mit dem Engagement von Coop und ST erreicht werden», so Martin Pally, bei Schweiz Tourismus Leiter Strategische Partnerschaften, dst

FÜR EINEN GESUNDEN LEBENSSTIL

WAS MAN TRINKT
ist genauso wichtig wie
WAS MAN ISST.

DURST AUF INFOS?
henniez.ch

AKTION 4+1
MEHRWEG-GLAS 100CL
10 – 28.09.2018

AKTION 3+1
MEHRWEG-GLAS 50CL
10 – 28.09.2018

HENNIEZ
DAMIT'S GELINGT.

hotelmarktplatz

Partnersuche einfach gemacht.

Abhol- und Belieferungsgrosshandel



Pistor AG
6023 Rothenburg
+41 41 289 89 89
info@pistor.ch
www.pistor.ch



Winkler Weine GmbH
5630 Muri
+41 79 665 97 49
ww@winklerweine.ch
www.winklerweine.ch

Aus- und Weiterbildung

hotelbildung.ch
hotellerieuisse

hotelbildung.ch
3001 Bern
+41 31 370 44 66
bildung@hotellerieuisse.ch
www.hotelbildung.ch

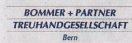


SHS Academy AG
3012 Bern
+41 79 751 87 41
d.plancic@swisshospitality
solutions.ch
www.swisshospitalitysolutions.ch



**Universität Bern, Forschungs-
stelle Tourismus CRED-T**
3012 Bern
+41 31 631 37 11
info@cred.unibe.ch
www.cred-t.unibe.ch

Beratung



**Bommer + Partner
Treuhandsellschaft**
3004 Bern
+41 31 307 11 41
mailbox@bommer-partner.ch
www.bommer-partner.com



Centrale d'achats MINOTEL
1006 Lausanne
+41 21 310 08 00
info@minotel.com
www.minotel.com



**EAC Eltschinger Audit &
Consulting AG**
8800 Thalwil
+41 44 721 42 42
consulting@eac-eltschinger.ch
www.eac-eltschinger.ch



GAMPER SWISS
6436 Muotathal
+41 41 830 03 77
roman@gamper-swiss
www.gamper-swiss



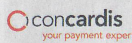
Swiss Hospitality Solutions AG
6045 Meggen
+41 76 386 68 01
info@swisshospitalitysolutions.ch
www.swisshospitalitysolutions.ch

Buffet, Bar und Getränkeausgabe



Beer Grill AG
5612 Villmergen
+41 56 618 78 00
info@beergrill.com
www.beergrill.com

Finanzen und Zahlungsverkehr



Concardis Schweiz AG
8050 Zürich
+41 44 552 00 45
christian.ess@concardis.ch
www.concardis.ch



**IBC Insurance Broking and
Consulting AG**
1951 Sion
+41 27 327 50 88
walch@ibc-broker.com
www.ibc-broker.ch



Swisscard AECS GmbH
8810 Horgen
+41 44 659 64 44
info.partner@swisscard.ch
www.americanexpress.ch

Food und Beverage



**Saviva AG
Geschäftsbereich apposito**
1964 Conthey
+41 58 564 55 00
info@apposito.ch
www.apposito.ch



G. Bianchi AG
5621 Zufikon
+41 56 649 27 27
order@bianchi.ch
www.bianchi.ch



www.hubert-online.ch



Ceposa AG
8280 Kreuzlingen
+41 71 677 30 33
info@ceposa.com
www.ceposa.com



Hero Gastronomie
5600 Lenzburg
+41 62 885 54 50
gastro@hero.ch
www.gastro-hero.ch



Illycafé AG
8800 Thalwil
+41 44 723 10 20
info@illycafe.ch
www.illycafe.ch



IMEX Delikatessen AG
8853 Lachen
+41 55 442 53 53
info@imex.ch
www.imex.ch



Lescet.ch
4446 Buckten
+41 62 299 05 85
service@lescet.ch
www.lescet.ch



Saviva AG
8105 Regensdorf
+41 44 870 82 00
info@saviva.ch
www.saviva.ch



Schenk SA
1180 Rolle
+41 21 822 02 02
schenk@schenk-wine.ch
www.schenk-wine.ch



Traitafina AG
5600 Lenzburg
+41 62 885 21 21
info@traitafina.ch
www.traitafina.ch

Gebäudetechnik



Alpiq InTec Schweiz AG
4802 Strengebach
+41 62 834 83 40
hotel.alpiq.its@alpiq.ch
www.hotel-alpiq.ch

Hotel- und Gastrobedarf



Amphiro AG
8004 Zürich
+41 44 500 38 73
info@amphiro.com
www.amphiro.com



Hubert Schweiz AG
6312 Steinhausen
+41 800 11 33 66
verkauf@hubert-online.ch
www.hubert-online.ch



Klimawatt AG/ EuroCave
8802 Kilchberg
+41 44 716 55 44
info@klimawatt.ch
www.klimawatt.ch



Provalora CS AG
8556 Wigoltingen
+41 52 763 40 22
info@provalora.ch
www.provalora.ch



spot-tech media AG
8964 Rudolfstetten
+41 56 631 14 54
info@spot-tech.ch
www.spot-tech.ch

Hotelmakler



alphaSet GmbH
8953 Dietikon
+41 44 500 98 19
manfred.michl@alphaset-
realestate.com
www.alphaset-realestate.com



**hotelforsale –
Zumkehr&Etterli AG**
3800 Interlaken
+41 33 822 63 84
info@hotelforsale.ch
www.hotelforsale.ch

Inneneinrichtung



Badag GmbH
6032 Emmen
+41 41 260 41 41
info@badag.ch
www.badag.ch



**Barmade AG –
die Gastrodesigner**
6130 Willisau
+41 41 982 08 08
info@barmade.ch
www.barmade.ch



BAUR WohnFaszination GmbH
D-79862 Höchenschwand
+49 7755 9393 19
info@baur-bwf.de
www.baur-bwf.de



beck konzept ag
6018 Buttisholz
+41 41 929 60 30
info@beck-konzept.ch
www.beck-konzept.ch



DOBAS AG
6003 Luzern
+41 41 972 56 60
info@dobas.ch
www.dobas.ch

**Cool, wenn die
Antwort schneller
ist als die Frage.**

bommer-partner.ch/newsletter

BOMMER + PARTNER
Ihre Treuhandspezialisten
in Hotellerie und Gastronomie



HELIOBUS AG
9014 St. Gallen
+41 71 544 66 88
info@heliobus.com
www.heliobus.com



Hilding Anders Switzerland AG
8718 Schänis
+41 55 619 66 00
info@happy.ch
www.happy.ch



INHAUS AG
9434 Au
+41 71 727 68 68
hotelbad@inhaus.swiss
www.inhaus.swiss



LIGNO in-Raum AG
6032 Emmen
+41 41 267 07 67
info@ligno.ch
www.ligno.ch



Segula GmbH
8037 Zürich
+41 44 440 43 34
info@segula.ch
www.segula.ch

Ihre Präsenz auf dem
hotelmarktplatz.

Sie profitieren von Top-Konditionen.

► **12-Monate-Paket für CHF 1900.-**
26 x htr hotel revue, 4 x Top hotel,
permanent auf www.hotelmarktplatz.ch

► **6-Monate-Paket für CHF 1300.-**
13 x htr hotel revue, 2 x Top hotel,
permanent auf www.hotelmarktplatz.ch

Buchen Sie jetzt! Kontaktieren Sie uns.
+41 31 370 42 42, inserate@htr.ch

Zürcher «Widder» in neuen Händen

Mit der Übernahme durch die Swiss Life stösst das Zürcher Hotel Widder auch zur «The Living Circle» Gruppe. Betreiber und Direktion sehen den Wechsel als Chance.

PATRICK TIMMANN

Der Zürcher «Widder» ist in neuen Händen. Per 31. August übertrug die bisherige Eigentümerin UBS das Hotel mit all seinen Liegenschaften an den Lebensversicherer Swiss Life. Die Grossbank begründet den Verkauf mit der bevorstehenden Neueröffnung zusätzlicher Räumlichkeiten in ihrem Hauptsitz an der Bahnhofstrasse 45, weshalb der «Widder» als möglicher Ausweichstandort für Tagungen und Seminare nicht mehr benötigt werde. Mit dem Verkauf verbleibt nur noch ein einziges Hotel im Besitz der UBS: das Hotel Seepark in Thun. Dieses werde hauptsächlich für interne Ausbildungen, Seminare und Veranstaltungen genutzt, teilte die Bank auf Anfrage mit. Die Frage, ob Hotels in Bankenbesitz nur der Verfügbarkeit von Räumlichkeiten dienen, beantwortet die UBS nur



Die Geschichte des Hotel Widder in der Zürcher Altstadt reicht bis ins Mittelalter zurück.

indirekt: «Der Besitz und der Betrieb von Hotels gehören nicht zum Kerngeschäft der Bank.»

Die andere Schweizer Grossbank, die Credit Suisse, sei in den Verkaufsprozess des «Widder» nicht involviert gewesen, so Mediensprecher Sebastian Kistner. Bei Hotelkäufen und -verkäufen müsse man allerdings grundsätzlich unterscheiden zwischen Hotels in direktem Besitz einer Bank (etwa das «Savoy Baur en Ville» der CS oder bislang der «Widder» der UBS) und Hotels in Anlage-

fonds von Banken, zum Beispiel dem CS REF Hospitality, zu dem unter anderem das «Intercontinental» in Davos gehört oder, bis zu seinem Verkauf an einen chinesischen Unternehmer und Hotelbesitzer Ende 2015, das «Luzern Palace».

Über den Verkaufspreis des «Widder» haben Swiss Life und UBS Stillschweigen vereinbart. Die Käuferin sieht in den «historisch wertvollen Liegenschaften im Herzen der Zürcher Altstadt» jedoch attraktive Anlageobjekte und die optimale Ergänzung für ihr Portfolio. Der «Widder» ist der

erste Hotelbetrieb des Lebensversicherers. In naher Zukunft kommt mit «The Circle» am Flughafen Zürich ein weiteres Objekt hinzu, in dem sowohl Gastro- wie auch Hotel- und Konferenzflächen entstehen werden. Den «Widder» betreibt die Swiss Life nicht selber. Neue Betreibergesellschaft ist die Zürcher IHAG Holding AG, die das Haus in ihre Gruppe «The Living Circle» integriert. Zur Rendite von einzelnen Liegenschaften will sich die Swiss Life nicht äussern. Die «risikoadjustierte Rendite» der «Widder»-Immobilie

entspreche jedoch den Renditeerwartungen, so Mediensprecherin Tatjana Stamm auf Anfrage.

Synergien mit dem «Storchen» und «schleichende Neupositionierung»

Mit der Aufnahme in «The Living Circle» tritt der «Widder» einem kleinen, exklusiven Kreis bei. Neben dem nur zwei Gehminuten entfernten 5-Sterne-Traditionshaus «Storchen» gehören dazu das «Castello del Sole» in Ascona, die beiden Restaurants Buech (ZH) und Rustico del Sole (TI) sowie zwei landwirtschaftliche Betriebe. Grosse Veränderungen in der Ausrichtung des «Widder» seien nicht vorgesehen. «Der Widder ist als 5-Sterne-Boutique-Hotel hervorragend positioniert», sagt der ehemalige Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid, seit kurzem auch Delegierter des Verwaltungsrats der Living-Circle-Gruppe. Man wolle auch in Zukunft einen ausgewogenen Mix an Seminaren und Events anbieten. Hoteldirektor Jan E. Brucker sieht diesbezüglich insbesondere in der Nähe zum «Storchen» eine grosse Chance. «Bis anhin waren wir Einzelkämpfer. Durch die Mitgliedschaft in The Living Circle erwarte ich in Zukunft mehr Schlagkraft.» Beide Betriebe ergänzen sich perfekt, ist er überzeugt. Der «Storchen» verfüge mit seinen 66 Zimmern gegenüber den 49 Zimmern des «Widder» über eine höhere Bettenkapazität. Dagegen biete sein Haus mehr Räumlichkeiten für Seminare und

Events. In Zukunft könnten beide Hotels im Sales-Bereich gemeinsam auftreten und jeweils von den Stärken des anderen profitieren, hofft Brucker. Auch eine Zusammenarbeit beim HR oder ein Austausch von Lernenden und Nachwuchskräften zwischen beiden Betrieben sei denkbar.

Trotz vorgesehener Kontinuität in der Betriebsführung spricht Brucker von einer «schleichenden Neupositionierung» des «Widder». «Zürich entwickelt sich zur «leisure destination», so der Hotelier. «Wir haben in den letzten beiden Jahren spürbar mehr Privatkunden, darunter auch Familien, die bis zu einer Woche bleiben und Tagesausflüge unternehmen.» Die Privatkundschaft stelle in der Regel höhere Ansprüche an die Hoteldienstleistungen. Um auch dieser anspruchsvolleren Kundschaft gerecht zu werden, könne sich auch der «Widder» einem sanften Wandel nicht entziehen. «Zürich erlebt einen Freizeitrend, die Nachfrage nach Authentizität nimmt zu», bestätigt auch Jürg Schmid. Die Aufnahme in die Hotelgruppe mit ihrem «Farm-to-table»-Konzept und exklusiven, hochwertigen Nahrungsmitteln komme da sehr gelegen. Storytelling werde auch im Food-Bereich immer wichtiger, ergänzt Brucker.

Und wie soll es in Zukunft weitergehen mit «The Living Circle»? Weitere Neuzugänge seien im Moment nicht vorgesehen. «Wir suchen momentan nichts», betont Jürg Schmid ausdrücklich.

hotelmarktplatz

SWISSFEEL
Das original weisse Bettssystem

SWISSFEEL AG
8126 Zumikon
+41 43 558 96 40
info@swissfeel.com
www.swissfeel.com

mirus SOFTWARE

Mirus Software AG
7270 Davos-Platz
+41 81 415 66 88
info@mirus.ch
www.mirus.ch

GREENSTORM
MOBILITY SWISS

GREENSTORM Mobility GmbH
6003 Luzern
+43 5358 43582
office@greenstorm.eu
www.greenstorm.eu

vanBaerle
Better. For you.

vanBaerle Hygiene AG
4142 Münchenstein
+41 61 415 90 90
hygiene@vanbaerle.com
www.vanbaerle.com

TKS SWISS PROFESSIONALS ON SITE

TKS Swiss AG
5000 Aarau
+41 62 822 44 66
swiss@tkts.net
www.tks.net

rebagdata
hotel management solutions

Rebag Data AG
8810 Horgen
+41 44 711 74 10
info@rebag.ch
www.rebag.ch

GREGOR VOGEL
INTERNET | MARKETING | CONSULTING

Gregor Vogel
6025 Neudorf
+41 76 383 09 00
mail@gregorvogel.ch
www.gregorvogel.ch

Textilien

Schwob
textiles of Switzerland

Schwob AG
3401 Burgdorf
+41 34 428 11 11
contact@schwob.ch
www.schwob.swiss

IT und Multimedia

BALDEGGER SORTEC
Gesamtsysteme für den Hotelbetrieb

Baldegger Sortec AG
3123 Belp
+41 31 818 20 00
team@baldegger.ch
www.baldeggersortec.ch

E-GUMA
Gutschein- & Ticketsystem

E-GUMA Gutschein- und Ticketsystem
8006 Zürich
+41 44 500 54 00
info@e-guma.ch
www.e-guma.ch

swisscom

Swisscom (Schweiz) AG
3050 Bern
+41 800 800 568
hotelleriesuisse.info@swisscom.ch
www.swisscom.ch

HOTELMARKETING GRUPPE
Wir entwickeln Hotelprojekte.

HEIM HOTELMARKETING - HOTELMARKETING GRUPPE
6006 Luzern
+41 41 534 40 50
info@hotelmarketing.ch
www.hotelmarketing.ch

Küche

NOSER-INOX
Schweizer Produkt, Präzision, Qualität, Service & Know-how

Noser-Inox AG
5452 Oberrohrdorf
+41 56 496 45 12
info@noser-inox.ch
www.noser-inox.com

innoma
innovation & marketing

Innoma GmbH
8335 Hittnau
+41 44 950 68 80
info@innoma.ch
www.innoma.ch

Personalmanagement

pers/share

Persshare AG
8002 Zürich
+41 44 285 79 90
info@persshare.com
www.persshare.com

Reinigung, Hygiene und Unterhalt

KÄRCHER
makes a difference

Kärcher AG
8108 Dällikon
0844 850 868
info@ch.karcher.com
www.karcher.com

tiventa
Lüftungsreinigung

tiventa AG
5024 Küttigen
+41 62 844 42 05
tiventa@tiventa.ch
www.tiventa.ch

RATIONAL

Rational Schweiz AG
9435 Heerbrugg
+41 71 727 90 92
info@rational-online.ch
www.rational-online.ch

ROTOR Lips

Rotor Lips AG
3661 Utendorf
+41 33 346 70 68
info@rotorlips.ch
www.rotorlips.ch

Marketing und Vertrieb

Bocco Group
Excellence in Hotel Development

Bocco Group GmbH
3012 Bern
+41 31 332 77 30
swiss@bocgroup.com
www.bocgroup.com

gn
gastronovi

gastronovi GmbH
3123 Belp
+41 31 528 16 85
kontakt@gastronovi.com
www.gastronovi.com

localsearch

localsearch Swisscom Directories AG
8001 Zürich
+41 800 86 80 86
customer@localsearch.ch
www.localsearch.ch

Hotelhero
Upgrade your hotel

Hotelhero UG
10439 Berlin
+49 151 50 87 85 86
welcome@hotelhero.tech
www.hotelhero.tech



100 % Schnelligkeit. 100 % Präzision.

Kochen, Braten, Frittieren. Bis zu 4-mal schneller bei 40 % weniger Stromverbrauch.*
Gleich anmelden und live erleben: *rational-online.com

ZIMMERMANN TEXTIL AG

ZIMMERMANN TEXTIL AG
3123 Belp
+41 31 802 09 80
info@zimmermanntextil.ch
www.zimmermanntextil.ch

Transport und Mobilität

Europcar

Europcar AMAG Schweiz AG
8302 Kloten
+41 44 804 46 46
europcar@europcar.ch
www.europcar.ch

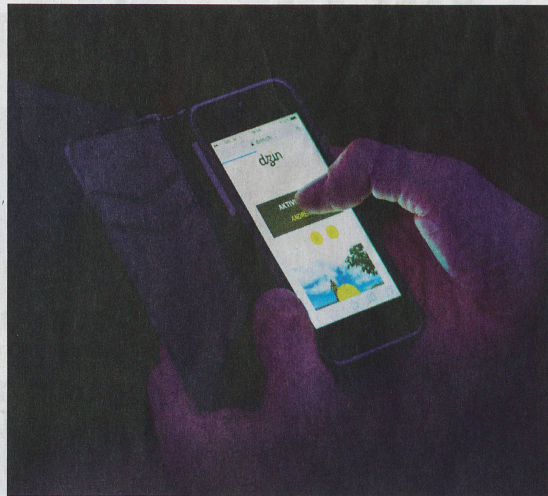
L'invité du cahier français

L'expertise au centre malgré internet

La tendance est à un tourisme avec moins d'intermédiaires mais avec des histoires.

Lorsque Tim Berners-Lee inventa le web au CERN, il ne pensa probablement pas à la révolution socio-économique planétaire que cela provoquerait par la suite. L'objectif premier était de relier des documents scientifiques entre eux pour faciliter la recherche. Du moment qu'un document contient un lien vers un autre, il suffit de cliquer dessus pour l'ouvrir à l'écran, plutôt que d'aller chercher dans un autre répertoire, dans un autre livre, ou devoir se rendre dans une autre bibliothèque. Ces liens de point-à-point entre documents se sont rapidement généralisés à l'économie et à la société toute entière. La toile qui s'est tissée par ces relations directes entre objets et entre personnes a révolutionné notre façon d'interagir.

Le tourisme joue volontiers cette carte pour atteindre les clients. Or, aujourd'hui, le web se passe des intermédiaires et force les destinations et agences de voyage à chercher de nouveaux business models. L'heure est à la désintermédiation. Des plateformes comme dzin.ch et localbini.com le montrent clairement: la tendance est à une mise en relation directe du touriste et du prestataire de services. Les sites qui ne font que renseigner et



Dzin.ch propose une mise en relation du touriste et du prestataire.

Oliver Oetli



Thomas Steiner

Directeur de Bulliard Immobilier, membre du jury du Milestone et ancien directeur de l'Union fribourgeoise du tourisme.

conseiller sont de moins en moins pris en considération pour la prise de décision du touriste. Le premier contact n'est plus un site régional, mais google – si ce n'est pas directement booking ou tripadvisor. L'internaute gagne du pouvoir, les intermédiaires en perdent.

Les destinations touristiques traditionnelles ont été construites sur la base de frontières territoriales. Or, cette géopolitique est dépassée dans un monde où tout est connecté. Le touriste s'affranchit des limites territoriales. Aujourd'hui, nous n'arrivons plus dans une destination pour consommer un ensemble de prestations qu'on aurait assemblées pour nous auparavant

en produits phares. Nous arrivons dans un lieu et composons nous-mêmes le puzzle des services qui feront notre expérience. L'intermédiaire est encore toléré s'il facilite la composition de notre expérience. Nous sommes loin de l'ancien business model où nous avions besoin de son expertise pour planifier nos voyages. A l'époque, nous confiions la planification d'un séjour à une agente de voyage, parce qu'elle disposait d'un avantage informationnel concernant un lieu. Pour acquérir cette expertise, elle a souvent dû se rendre sur place, vivre les services par elle-même. Elle partageait ses expériences et nous conseillait sur la quasi-totalité du voyage.

Le web représente une perte de pouvoir pour les intermédiaires. Parce que l'expertise se partage aujourd'hui par tous et avec tous. C'est la fin des modèles classiques de destination, d'agence, de courtier, de gérance, de détaillant... Le web aurait-il donc tout simplement sonné leur glas? Pas si sûr! L'expertise reste au centre de nos séjours et de nos voyages. Désormais elle n'est plus exclusive, mais universelle. Les destinations ont bien compris qu'elles doivent se détacher de leurs mécanismes de financement territorial. Elles cherchent une nouvelle proposition de valeurs comme intermédiaire. Dans le tourisme, nous avons besoin de nouveaux business models. Au bout du compte, l'objectif d'une destination reste encore et toujours de donner envie d'y passer du temps. Quand le conseil n'est plus demandé, on peut toujours raconter d'authentiques belles histoires. Le web fera le reste.

Les invités du cahier français

Des professionnels du tourisme et de la restauration proposent tour à tour leurs regards. Anne-Sophie Fioretto co-fondatrice du bureau Pacte 3F; Daniel Dufaux président des œnologues suisses et Thomas Steiner.

ANNONCE

Faites le plein de

bonheur



-0.20 CHF
par bouteille 1 L



-0.20 CHF
par bouteille 20 cl



BONHEUR FRUITÉ

Savourez nos actions fruitées!

Action valable sur toute la gamme «verre» du 10 au 28.09.2018 auprès de votre dépositaire habituel.



Le Swiss Wine Tasting proposait des stands de 127 producteurs, fin août, à Zurich.

Kevin Ringli

Cuvée d'instinct vigneron

Le Swiss Wine Tasting, au Schiffbau Zurich, impressionne par sa densité de producteurs. Il permet aussi de découvrir des étiquettes modernes, des arômes inédits et des histoires climatiques.

ALEXANDRE CALDARA

Les 127 stands de vigneron des six régions productrices de Suisse impressionnent pour les dix ans du Swiss Wine Tasting. Quand on pénètre dans la grande salle du Schiffbau de Zurich difficile de savoir quels vins finiront sur le palais. Pour Willi Klinger, invité de la dégustation avec sa structure Österreich Wein Marketing souvent citée en exemple, impossible de vendre du vin «sans contenu, sans identité». Promeneurs-nous parmi les producteurs pour identifier quels flacons ils souhaitent présenter et quelles histoires ils racontent.

Parmi les signatures phares de la Mémoire des vins suisses, le Valaisan Raphaël Maye s'adapte à son dégustateur, cela ne le dérange pas tout de suite s'il sent qu'il veut prendre son temps. Puis parle du plaisir de travailler sa Petite Arvine sur le vertigineux coteau d'Ardon pour obtenir des amertumes qui permettent une bonne allonge en bouche et un final explosif. En versant son Fié Blanc, issu de vieilles vignes de Sauvignon, le Genevois Jean-Pierre Pellegrin raconte qu'il voulait devenir archéologue et qu'il retrouve ce goût du passé à travers les morceaux de souches du vignoble, les petits rameaux, les murs de vignes tout droits.

Un millésime 2008 de Rauschling tient tête aux blancs en barriques

Cette narration modifiée-t-elle notre approche de la dégustation? Dans la Petite Arvine 2017 de Simon Maye, on trouve ce mélange soyeux de racaille, de volupté et de gras citronné qui tend vers une belle harmonie, avec une fin comme un peu caillée. Pour le Fié Blanc 2015, la complexité au nez nous entraîne vers des arômes de menthe, de gentiane et de baies de

bois qu'on imagine blanches. Chez Cécile Schwarzenbach, on vient pour la puissance charpentée du Rauschling, dont les producteurs zurichois maîtrisent si bien l'acidité, on aime le punch, le côté piquant. Elle le sert sans trop de commentaires comme consciente de la singularité du cépage. Son millésime 2008 en témoigne, qui tient très bien tête à des blancs en barriques. Anne-Catherine Mercier salue une année sans

gel en présentant sa Petite Arvine 2017 à la sucrosité dissimulée, qui subsiste lancinante en bouche.

Il vendage le matin des grappes entières

Puis il reste ses vins qui parlent tout seuls et donnent naissance à des images surprenantes. Le Grain Noble Marsanne blanche 2013 de Marie-Thérèse Chappaz au nez de tilleul qui nous transbahute parmi les plantes grimpances ou la radicalité du Merlot Fustequattro 2017 des Tessinois Hubervini qui nous plonge dans un bouquet violacé de shisho. Parmi les «friends», qui envoient des échantillons aux

organisateurs afin de présenter des vins aux côtés des 56 producteurs de la Mémoire, le Valdois Pierre-Luc Leyvraz n'hésite pas à sortir de l'espace de sa table. Il sert plus librement parmi les gens qu'il reconnaît et qu'il interpelle en parlant d'un vin comme d'une personne: «Alors comment il va ce millésime 2017 de Saint-Saph Grand Cru...» On a envie de lui répondre que ça bastonne, on retrouve tout de suite la légendaire minéralité de son Chasselas, son équilibre avec une plus grande tonicité encore que d'habitude.

Les étiquettes monochromes de Christophe Schenk interpellent. Il

raconte, comment il a décidé voilà 12 ans de ne plus vinifier 4,5 hectares, mais 1,8. Il ne vendange que le matin des grappes entières. Sur son Pinot Gris 2017 qui provient de vieilles vignes de 40 ans, sans fermentation malolactique, on apprécie cette impression de douceur dans la sauvagerie. On lui suggère qu'il fabrique des vins lents. Il sourit. Plus tard sur son site on trouve cette phrase: «Si je me suis pendant longtemps refusé à avoir un site, une vitrine, c'est parce que je ne savais pas comment apparaître. Car comment dire ce qui m'échappait. Encore.»

Chez Weingut zum Rosenberg, on approche aussi par la modernité de l'étiquette, ce verre qui devient un œil en un seul trait présente un vignoble de 1,3 hectare. A Uri, il vinifie un Solaris 2017 sec

«Il est impossible de vendre du vin sans contenu et sans identité.»

Willi Klinger
Dir. Österreich Wein Marketing

Von Tscharner: du vin d'auteur pour les intranquilles

Au château de Reichenau dans les Grisons, aux confluent de deux Rhins se cachent et se subliment deux personnages incontournables de la Mémoire des vins suisses.

Gian-Battista Von Tscharner, l'ogre lyrique de père et Johann-Baptista Von Tscharner le fils plus diplomate à l'humour pince sans rire. Ils produisent un Pinot Noir automnal de caractère qui fait saluer les spécialistes. La septième génération des Von Tscharner à vivre à demeure veille dans un style personnel sur cette énorme bâtisse de 75 chambres. Fin août entre un mariage et un concert classique le lendemain, ils accueillent à l'invitation de Swiss Wine Connection la presse internationale. Le château de Reichenau figure d'ailleurs parmi les lauréats du Swiss Location Award 2017 et 2018 qui met en avant les lieux de réception les plus originaux.

Gian-Battista retarde volontairement la découverte de ses vins. La visite commence dans une salle bardée de portrait de généraux et d'une caricature du maître barbu par une présentation érudite de l'histoire du lieu. Il accu-

eillit en 1793 un jeune homme qui se présente comme un instituteur qui n'était autre que le roi de France Louis Philippe, au début du dix-neuvième, le château fut porté par un Von Tscharner, père du libéralisme dans les Grisons et devient un centre intellectuel inspiré d'Oxford. Le vigneron parle aussi d'un laboratoire unique de la chimie que l'industrie d'aujourd'hui refuse de reconnaître. Gian-Battista guide ensuite son public à travers une chapelle néoclassique catholique de 1600 où il clame sa fierté de protestant. On traverse à sa suite le long couloir du château, des photos mystérieuses de femmes enveloppées dans des draps sculptures frappent par leur beauté. Par malheur, on demande à Gian-Battista qui réalisa ces images et ça tonne: «Moi! Je fus le photographe de plateau sur Jenatsch de Daniel Schmid qu'il tourna ici en 1986.» Revenant alors en nous les plans mouvementés de ce chef-d'œuvre cinématographique baroque décadent qui va si bien au maître de céans. On arrive aux appartements chaotiques du maître où s'enchèvent: animaux empaillés, livres et autres



Gian-Battista et Johann-Baptista Von Tscharner.

weinweltfoto.ch

fétiches. Les deux Von Tscharner se sont mis aux fourneaux et espèrent que leurs hôtes survivront à ce gaspacho d'asperges vertes cultivées sur leurs terres. La puissance de feu d'un Pinot Gris 2017, comme toasté par de la paille peut sévir. Le repas se poursuit avec de la mortadelle et du

salami de tête préparé spécialement par un de leurs amis paysans du Valle di Poschiavo accompagné de riz au chou. Deux verres pour poursuivre l'expérience druidique, des nourritures matérielles, deux Pinots Noirs Mariafeld de millésimes différents un 2012 et un 2006. Nous

qui fait songer à de l'ortie, tout en restant un vin canaille. Le Diolinoir 2016 passé par 18 mois de fûts frappe par sa couleur de cassis très marquée. En bouche on commence par de la fureur de fruits rouges avant de finir par une étonnante caresse.

Un vin orange avec des raisins égrappés à la main

Chez le Biennois Martin Hubacher, il ne faut pas quitter la dégustation trop vite. Son Johanniter Sélection 2017, un Chasselas, impressionne par sa franchise, sa droiture. Il en vient ensuite aux considérations techniques. Avec son Pinot Gris 2017, dont un tiers reste élevé sans malolactique et deux tiers avec «pour couper ce côté sec, trouver de la fraîcheur et définir une véritable structure.» On partait et il sort une bouteille de dessous la table.

Son vin orange 2016, avec des raisins égrappés à la main, élevé en barriques ouvertes, avec une deuxième fermentation spontanée. Cela donne une impression d'infusion entre du thé vert et du poivre blanc.

Une Humagne rouge tout en puissance

On finit par les vins infernaux. Chez les frères Dubois l'Espece se nomme La Braise de l'Enfer: «Notre grand-père fut inspiré par le rio ou le ruisseau de l'Enfer, il considérait les brisures dans le sol de nos coteaux qui glissent vers le lac et pensait que le diable au printemps les influençait.» Leur Dézaley-Marsens Grand Cru Vase numéro 4 2015 marque par son ampleur en bouche, une expression pétillante et toastée. Derrière son stand d'Histoire d'Enfer, on vient consulter le docteur vigneron Patrick Regamey, il reçoit en homme du monde. Il raconte des Chasselas tendus sur une ligne, frais sur l'autre. Il nous sent sur le départ, ouvre une Humagne Rouge 2015, aux profonds arômes de groseille, on termine sur cette note de puissance, de rage.

Une année 2018 marquée par des vendanges précoces pour certains producteurs comme Denis Mercier resté en Valais. Alors que Marie-Thérèse Chappaz fait savoir qu'elle ne vendangera jamais en août. Quand certains se demandent où se trouve la vigneronne valaisanne en fin de journée la réponse fuse: «Elle garde son petit-fils comme tous les lundis soirs.»

Intact le mystère vigneron.

A découvrir sur notre site une liste de vins passionnants dégustés à Zurich
htr.ch/fr

voilà au cœur du propos du vin d'auteur pour les intranquilles. Le nectar le plus jeune fait penser à de la cendre et à du plasma, avec une bouche d'encre et des effluves d'orange amère. Le plus âgé donne un plaisir immédiat, il semble crier un bouquet d'épices et porte inscrit en lui une besace racinaire. Des vins idéaux pour accompagner un lièvre à la royale qu'on mangeraient avec les doigts.

Ce type d'homme évidemment doit produire de la liqueur, il ne vous laisse pas partir sans tremper vos lèvres dans un Marc de Gewürztraminer hyper floral qui accompagne un sorbet du même liquide, puis un Marc de Pinot noir en équilibre instable et maron depuis vingt ans. «Le vin n'est pas qu'un produit que l'on découvre dans de grandes dégustations, visiter des vignobles, des domaines, rencontrer des producteurs qui parfois deviennent des amis comme Gian-Battista fait partie de notre philosophie», explique Andreas Keller, un des fondateurs de la Mémoire des vins suisses. Une visite au cœur de l'entre des Von Tscharner permet d'appréhender un des Pinots Noirs les plus singuliers du pays.

Métamorphoses du tourisme sierrois

Après avoir dirigé, treize ans durant, Sierre Tourisme, son directeur a été embauché par une maison de vin. Il raconte l'évolution de son métier.

ANNA AZNAOUR

Devenir, à 23 ans, directeur d'un office de tourisme est tout à fait possible. Le parcours de Vincent Courtine le prouve. Repéré grâce à son travail de bachelier dans lequel il avait analysé un plan d'action de développement durable pour Crans-Montana, le jeune diplômé est invité à prendre la tête de l'office de tourisme de Grimentz. La station de sport d'hiver en plein cœur des Alpes valaisannes recherchait un créatif sans a priori. Profil également convoité, deux ans plus tard, par l'institution homologue de Sierre. Nommé, à 25 ans, directeur de l'office de tourisme de la ville réputée être la plus ensoleillée de Suisse, il y demeurera plus d'une décennie. Un quasi record dans le métier.

Pourquoi ce départ pour la maison de vin Les Fils de Charles Favre?

C'est une opportunité alléchante que s'est présentée à moi. Je



La région de Sierre propose une grande diversité de paysages entre vignobles et montagnes. Vincent Courtine en fut l'ambassadeur.

sierre-tourisme/Paul Card

ne pouvais d'autant plus la laisser passer que, d'une part, le monde du vin me passionne depuis toujours, et, d'autre part, mon nouveau cahier des charges est presque identique – marketing, événementiel, communication – à celui de Sierre Tourisme, avec une seule différence: la vente de produits dans ce nouveau poste.

Avec du recul, quelle a été votre plus grande réalisation à

Sierre Tourisme?

Il s'agit clairement du projet d'œnotourisme. Mis en place il y a cinq ans, il est devenu depuis une référence cantonale. Pour commencer, nous avons convaincu les autorités communales de le soutenir, et ensuite, en association avec Sierre-Anni-viers Marketing, nous avons créé la communauté Vinum Montis. Actuellement, elle regroupe sur le site Internet homonyme près de 70 enca-

veurs et plus de 1700 vins de notre région. Le public peut ainsi se tenir informé du calendrier des événements proposés, de même que commander des produits en ligne.

Et votre échec le plus cuisant?

C'est le projet d'amélioration de la signalétique de Sierre. Aussi bien visuellement que du point de vue pratique, elle est complètement obsolète. L'un

des exemples est celui du lac de Gérone, mal indiqué, et donc difficile à situer et à promouvoir. Cette proposition a été faite à maintes reprises mais elle n'a jamais abouti.

Y a-t-il eu des changements notables dans le tourisme valaisan depuis vos débuts?

Oui, absolument. Le besoin de collaboration et le rapprochement entre différents partenaires, auparavant isolés chacun dans son coin, sont la plus grande métamorphose du Valais. Le Magic Pass – abonnement annuel qui donne accès à 30 stations, 100 restaurants, etc. – en est l'exemple. Aujourd'hui, on ne peut plus se passer des autres en continuant à travailler de manière 100% indépendante. La collaboration est indispensable.

D'après vous, existe-t-il un profil idéal de directeur d'office de tourisme?

C'est fonction du lieu à promouvoir. Pour une grande station, par exemple, la personne la plus adéquate serait celle qui a un large réseau international avec

des contacts privilégiés dans les marchés cibles. Mais pour les villes, la candidature idéale serait quelqu'un avec un fort ancrage et un bon réseau dans l'événementiel, car les cités aiment et demandent de l'animation. Dans les deux cas, la qualité clé du profil serait sa capacité à fédérer les gens, car un office de tourisme n'existe que par ses partenaires.



«On ne peut plus se passer des autres en travaillant de façon indépendante.»

Vincent Courtine
Directeur de Sierre Tourisme

En tant que président de l'Association des directeurs d'offices de tourisme du Valais quel conseil donneriez-vous à vos collègues pour promouvoir le tourisme dans le pays?

Le tourisme vit des projets. Et le rôle d'un office de tourisme c'est d'en élaborer et d'en mettre en pratique plusieurs par an.

Surtout pour une destination comme la Suisse, qui ne peut rivaliser avec des contrées low cost. Il faut donc miser sur la qualité et l'originalité de nos offres. Très diverses actuellement, elles sont très disparates. Or, pour attirer plus de touristes, chaque région devrait élaborer un élément emblématique qui la caractérise.

ANNONCE

POUR UN MODE DE VIE SAIN

CE QUE L'ON BOIT
est aussi important que
CE QUE L'ON MANGE.

SOIF D'INFOS?
henniez.ch

ACTION 4+1
VERRE CONSIGNÉ 100CL
10 - 28.09.2018

ACTION 3+1
VERRE CONSIGNÉ 50CL
10 - 28.09.2018

HENNIEZ
L'EAU QUI VOUS RÉUSSIT.

Le Creux-du-Van souffre toujours

Atout clé du tourisme neuchâtelois, le Creux-du-Van souffre de son succès populaire. Un plan d'affectation porte sur les aspects touristiques et agricoles.

MIROSLAW HALABA

Le Conseil d'Etat devra maintenant statuer! Cet avis exprimé par le président de Tourisme neuchâtelois (TN) Bernard Soguel résume bien l'état d'avancement du dossier du Creux-du-Van et de ses environs. Un atout clé du tourisme neuchâtelois par sa beauté, exploité aussi pour l'agriculture et la sylviculture, ce site a, depuis quelques années, un besoin urgent d'être mieux géré afin de préserver la faune et la flore. Chaque année, grâce notamment à son accès routier, quelque 100 000 personnes viennent se balader au bord du cirque, mettant sérieusement à mal la végétation qui se trouve au sol. Un projet de gestion touristique avait été élaboré dans le cadre d'un programme Enjoy Switzerland-Aide suisse aux montagnards, mais il a été abandonné en 2015, car la situation politique en aurait empêché la réalisation, estimant ses initiateurs.

Une meilleure maîtrise de l'usage du site et des flux de visiteurs devrait dès lors passer par l'adoption d'un plan d'affectation cantonal (PAC) concocté par l'Etat de Neuchâtel en collaboration avec l'Etat de Vaud, le site étant à che-



Le Creux-du-Van, un site spectaculaire qui suscite de nombreux débats.

Pixabay/Lukas Bieri

val sur les deux cantons. Il propose, notamment, d'interdire l'accès du cirque sur la moitié de sa longueur et la varappe, un tracé unique pour les VTT, et pour l'agriculture, des mesures visant à limiter l'usage des engrais. Comme le soulignait l'Etat de Vaud lors de la présentation du

plan, il ne s'agit pas de mettre le Creux-du-Van sous cloche, mais de faire en sorte qu'il soit «protégé et valorisé» et plus «simplement consommé».

Le plan n'a pas fait que des heureux. Loin de là. Plus de quatre cents oppositions ont été enregistrées, mais il en restera toutefois

moins d'une centaine. Les oppositions proviennent notamment des associations de protection de la nature qui estiment que le plan ne va pas assez loin sur le plan de l'effort écologique, du Club alpin suisse, car moins d'une centaine de varappeurs taquineraient le rocher par an, des agriculteurs, pour qui les mesures préconisées mettraient certaines exploitations en péril.

Tourisme neuchâtelois a également fait opposition. Non pas parce que les mesures de limitation d'accès du site ne lui conviennent pas, mais, comme l'explique Bernard Soguel, parce que le rapport justificatif n'exprime pas «de véritable volonté politique d'appliquer rapidement le plan». L'ancien conseiller d'Etat ajoute: «Nous soutenons ce plan que nous appelons de nos vœux depuis dix ans, car ce patrimoine naturel doit être préservé pour garder son attrait.»

Pour lui, il s'agit d'aller vite, car chaque jour la nature tringue. Le PAC préconise, par exemple,

comme le souhaite TN, que des cheminements balisés soient créés dans la partie accessible au public. «Or, il ne dit pas à qui incombera la responsabilité et le financement de cet aménagement», fait remarquer Bernard Soguel.

Des structures d'accueil en amont

Le dossier Creux-du-Van étant toujours en chantier, il est encore temps de voir quelles sont les pratiques adoptées ailleurs. S'agissant de la gestion des flux touristiques, des solutions existent. «Inspirons-nous de ce qui se fait dans les parcs nationaux américains et canadiens en aménageant des infrastructures d'accueil en amont»,

Des cartes postales qui fâchent

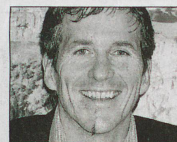
Comme il le fait depuis trois ans, Tourisme neuchâtelois a mené de mi-juillet à fin août son action PanoramaNE au Creux-du-Van. Des étudiants ont accueilli les randonneurs avec des chaises longues. Ils les ont sensibilisés sur la valeur de ce site et le comportement à adopter pour le préserver. Ils les ont aussi rendus attentifs des autres atouts touristiques du canton. Comme précédemment, les étudiants ont distribué des cartes postales affranchies (22 000 l'an passé). Or, que représentent ces cartes? Une magnifique vue du Creux-du-Van! Ce qui fâche les milieux de la protection de la nature qui voient là une incitation de plus à se rendre sur ce site déjà trop fréquenté à leurs yeux. mh

propose Yann Engel, directeur de TN. Il verrait, ainsi, d'un bon œil la création de parkings de déstape payants plus bas, dans le Val-de-Travers, ou au Pré au Favre. Une idée que partage aussi Frédéric Cuhe, ancien président d'Ecoforum, société faîtière des associations neuchâteloises de protection de la nature. «Avec de tels parkings, on devrait arriver à une solution», dit-il.

Les recettes ainsi dégagées permettraient de financer un transport vers le site, des panneaux d'information, des travaux d'entretien.

La suite de l'histoire, ce sont les gouvernements cantonaux neuchâtelois et vaudois qui l'écriront. Ils doivent en effet prendre position sur les avis exprimés lors de la mise à l'enquête du plan. Bernard Soguel espère que le PAC entrera en vigueur dans le

courant 2019. En attendant, et si le beau temps est de la partie, le Creux-du-Van, envahi de toute part, vivra un nouvel automne touristique chaud.



Yann Engel
Directeur de TN

«Inspirons-nous de ce qui se fait dans les parcs nationaux américains.»

L'exemple de l'étang de Gruère

Dans le canton du Jura, l'étang de Gruère connaît, à l'image du Creux-du-Van, un succès populaire important. Environ 120 000 à 140 000 visiteurs affluent chaque année à cet endroit pour admirer la tourbière et son lac. Pour éviter que cette réserve naturelle pâtisse du passage incessant de randonneurs, des mesures ont été prises il y a plusieurs années déjà. «Pour maîtriser les flux de visiteurs, des pontons ont été aménagés le long du lac. Le public n'a, par exemple, pas ac-

cès à l'œil de la tourbière», indique Guillaume Lachat, le directeur de Jura Tourisme. Il précise aussi que la communication ne porte que sur l'étang de Gruère, afin de préserver les tourbières situées aux environs.

Résoudre les problèmes tout en créant de la valeur ajoutée

Tous les problèmes ne sont cependant pas résolus. Il n'y a pas de parking officiel, pas de toilettes. Aussi, d'entente avec les milieux concernés, dont ceux

de la protection de la nature, l'Etat jurassien élabore pour fin 2019 un plan d'aménagement du site avec des infrastructures d'accueil.

«L'idée est de résoudre les problèmes en suspens et de créer de la valeur ajoutée», déclare Guillaume Lachat. Un parking payant, une exposition consacrée à la tourbière, du merchandising sont des moyens qui permettraient de dégager des fonds à réinvestir dans la conservation du site. mh

Retour sur les 15 derniers jours

toutes les news sur htr.ch/actu



Swiss Education Group

vaud
L'hôtel Freddie Mercury inauguré à Montreux

Swiss Education Group vient d'organiser l'ouverture du **Freddie Mercury**, le premier hôtel particulier de la marque. Il comprend 89 chambres, un restaurant 120 couverts, quatre espaces communs et sept salles de classe. Situé au centre de Montreux, sur le quai numéro 1 de la gare, le Freddie Mercury accueillera ses hôtes et ses partenaires. Il sera exploité en tant que centre de formation pour professionnels. Le Freddie Mercury sera inauguré en présence de Jim Beach, l'incontournable manager du groupe Queen.



zvg

vaud
Clientèle asiatique en progression au Glacier 3000

Glacier 3000 a enregistré cet été 2018 une progression de 30% du nombre de visiteurs par rapport à l'année précédente. Le tourisme toujours croissant en provenance de Chine, d'Inde et d'Asie du Sud-Est contribue à cette augmentation. En outre, on constate également une forte hausse parmi les clients suisses. Le marketing actif et les différentes promotions de vente de l'année dernière portent leurs fruits. L'Alpine Coaster ou le **Peak Walk** renforcent également l'attractivité du domaine du glacier. aca



swissshoteldata.ch

valais
Michel Reybier rachète l'Hôtel Schweizerhof de Zermatt

Michel Reybier a acquis un nouvel établissement historique, l'**Hôtel Schweizerhof** de Zermatt, pour 26 millions de francs, selon «Bilanz». Au terme de six mois de travaux, l'hôtel rouvrira avec un concept «avant-gardiste», le 21 décembre 2018. L'entrepreneur français est à la tête des hôtels La Réserve, Mama Shelter et MOB Hotels. Il est aussi actionnaire majoritaire de Aavis Victoria SA qui détient la filiale Victoria-Jungfrau Collection. Ce groupe hôtelier de luxe exploite quatre hôtels en Suisse, parmi lesquels le Crans Ambassador. lg

Les gens

Une élégante solution pour le restaurant et hôtel du Noirmont

Georges Wenger (photo), au restaurant et hôtel du Noirmont, ce temple du terroir et de la gastronomie vient de trouver une élégante solution en remettant son établissement à **Jérémy Des-**



lkd

braux, vainqueur du prix international Taittinger, en 2015 et actuel second à l'Hôtel de Ville de Crissier. Ce jeune chef trentenaire originaire du Jura français connaît bien la gastronomie romande. Il présentera sa première carte au début de l'année prochaine et maintiendra notamment la tradition du repas de la Saint-Martin gastronomique, au Noirmont.

Le Guarda Golf à l'heure d'Amsterdam



lkd

Simon Schenk (photo) quittera la direction générale du Guarda Golf après cinq ans à la direction générale du cinq étoiles à Crans-Montana. Il a contribué à l'achèvement du grand projet d'extension en décembre dernier, dont l'inauguration de trois nouveaux bâtiments, et l'ouverture du restaurant japonais Mizuki par Kakinuma il y a deux ans, avec la directrice **Nati Felli** qui le remercie pour sa fidélité et son implication professionnelle. Le Hollandais **Pieter Ham** vient de reprendre les rênes du Guarda Golf Hôtel, il dirigeait l'Hôtel QO, à Amsterdam. aca

L'homme de l'ombre et de la rêverie

David Sinapien, directeur général du groupe Anne-Sophie Pic et mari de la cheffe aux 7 étoiles se confie. Il explique la stratégie réfléchie et diversifiée d'une marque ambitieuse.

ALEXANDRE CALDARA

David Sinapien synthétise ce mélange de décontraction et de rigueur, d'extrême préparation qui permet l'improvisation. Il a fallu cinq mois pour mettre sur pied ce rendez-vous, dont il a soigneusement préparé les réponses sur son ordinateur. A Lausanne, dans son costume impeccable de directeur général du groupe Anne-Sophie Pic et de mari, il salue généreusement le visiteur du jour, son fils Nathan, 12 ans, s'assied dans le fauteuil en face du journaliste, l'œil espiègle. On lui explique pourquoi on voulait le rencontrer, lui l'homme de l'ombre. En réponse il résume son rôle de façon transparente. «Anne-Sophie reste la créatrice, l'héritière, le porte-drapeau de notre marque. Je dois lui permettre d'organiser son art de façon sereine, je la libère en prenant en charge l'accueil, les questions économiques et le business. Nous restons très complémentaires.» Il trouve capital de laisser le temps à Anne-Sophie Pic pour de la rêverie: «Je la connais suffisamment pour proposer de la création de valeur cohérente autour de sa grande sensibilité. On ne bluffe pas, on ne construit pas une image, on travaille à partir de sa sincérité.»

«Je libère Anne-Sophie en prenant en charge l'accueil et les questions économiques.»

David Sinapien
Directeur du groupe Pic

Par exemple, elle adore les chansons de France Gall et Michel Berger, lui se laisse davantage envouter par la musique classique: «J'apprends aussi à aimer la variété française.» Mais surtout il admire «sa cuisine d'auteur, devenue une incontestable référence dans un univers encore très masculin.»

40 ans de trois étoiles Michelin à Valence en trois générations

Finir le temps où le couple Pic prenait ses décisions au ressenti, au feeling. «Depuis deux ans, nous nous sommes organisés autour d'un comité de direction compétent sur le marketing, les finances, la stratégie. Cela facilite des prises de décisions rapides et limite les marges d'erreurs.» On parle tout de même d'une PME au chiffre d'affaires de 20 millions d'euros, employant 250 personnes à travers le monde. Des chiffres

qui progresseront encore avec l'ouverture en 2019 de la Dame de Pic, au Raffles de Singapour. Le groupe Pic fête cette année les 40 ans de consécration par trois étoiles Michelin à Valence, à travers trois générations.

Le groupe compte deux établissements de haute gastronomie, le vaisseau amiral à Valence (3 étoiles Michelin) et le restaurant de Lausanne (2 étoiles Michelin, 18 points GaultMillau). Deux Dames de Pic à Paris et à Londres (1 étoile Michelin chacun), un bistro André, un deuxième ouvrira à Paris. Et le concept Daily Pic à Valence et à Paris, qui comptera bientôt deux nouvelles enseignes dans la capitale. «Nous développons ces quatre marques et concepts autour du fine dining. La Dame de Pic avec des services plus courts et plus décontractés. Le bistro André qui permet de revisiter des plats de la cuisine du grand-père et du père d'Anne-Sophie qui ne figuraient plus à sa carte. Peut-être que demain nous développerons une cinquième marque, mais il faudrait que cela soit cohérent à l'échelle de notre groupe.» Jamais par exemple il ne proposera de bar à tapas. Mais il tient à défendre les cantines gourmandes Daily Pic qui viennent d'ouvrir une unité de production de 800 mètres carrés: «Un concept autour de verrines fraîches, sur le modèle de la pasteurisation étu-

dié par Anne-Sophie pendant plusieurs années avec une date limite de consommation de trois semaines. On ne jette rien.»

A ceux qui pensent que le groupe grandit trop vite David Sinapien explique qu'il refuse une grosse dizaine de projets par année: «Parce que je ne vois pas Anne-Sophie évoluer dans cette destination ou que le terroir ne nous permet pas de nous exprimer ou qu'il ne s'agit pas du bon moment. On prend toujours six mois à un an pour étudier un projet.» Un modèle qu'il rapproche plus du sens de la réflexion de

«On ne construit pas une image, on travaille à partir de sa sincérité.»

David Sinapien
Directeur du groupe Pic



Joël Robuchon que de l'impulsivité d'Alain Ducasse. Pour expliquer leur philosophie, il se rappelle de la jeune étudiante qu'il rencontra à la fin de années 90 à l'Institut Supérieur de Gestion, à Paris, alors qu'ils venaient les deux de Valence: «Elle ne se destinait pas au métier de restauratrice. Elle faisait

des stages auprès de marques de luxe comme Cartier. Un jour le directeur export de Moët et Chandon lui dit: «pourquoi éprouvez-vous tant de plaisir à travailler avec nous?», alors que votre famille aussi représente une marque... Développez-là. Elle en a parlé avec son père, qui trouvait cela pas idiot. Après sa disparition brutale, elle décide de s'isoler en cuisine pendant une année, comme pour se rapprocher de lui. Puis elle a occupé tous les postes du restaurant, en salle, à la réception. On a ensuite voyagé deux ans. Après mon service militaire, nous nous sommes mis à imaginer la maison Pic de demain.» Le projet ne démarre qu'en 1997 aux termes de longs travaux. Dix ans après elle retrouve la troisième étoile perdue par le restaurant en 1995.

Il aime les grands écarts entre la Tour d'Argent et Ultraviolet

Pour David Sinapien l'humanité d'un entrepreneur semble centrale: «Nous voulons offrir un environnement accueillant à nos collaborateurs, les réflexes passésistes de nos métiers doivent disparaître.» Il réfléchit à réformer les rythmes historiques du travail pour éviter les coupures: «A Paris nous allons mettre en place une journée continue avec deux équipes.» Le président des Grandes Tables du monde aime les grands écarts qu'offrent des restaurants tels La Tour d'Argent, avec une cuisine classique et une vue sur Notre-Dame et Ultraviolet de Paul Pairet à Shanghai, une expérience qui met tous les sens en éveil. Comme souvenirs de goûts, il se souvient de la cuisine arménienne de sa mère, de ses tantes et aime le poulet du dimanche de sa belle-mère. Il évoque encore avec beaucoup de passion le travail de la viticultrice Christine Vernay en bio: «Sa sensibilité de femme qui défend et revendique.»

Anne-Sophie-Pic et David Sinapien

Stéphane de Bourges

Critique gastronomique d'un repas au Beau-Rivage

Un petit collier écarlate, de la betterave et de la fêra enroulées, un contrepoint glacé, de l'espace dans l'assiette. Un côté impressionniste. Ce contraste entre croquant et amertume, cette impression de légèreté. Mais aussi de discrétion, de retrait, malgré l'élégance du plat. L'exotisme nous surprend: pour quoi mariner la fêra au saké et non avec une eau-de-vie suisse? Que vient faire le caviar sur ce plat? Le menu du marché d'Anne-Sophie Pic, au Beau-Rivage Palace de Lausanne, met les produits en avant: un poisson du lac, un gros bloc de

viande rosé du Val d'Hérens avec un jus classique, un Saint-Pierre de Bretagne. Des cuissons très maîtrisées.

Une lisibilité immédiate et quelques détails de qualité, mais pas toujours revendiqués. Comme ce fabuleux travail sur le jus et les rondelles de concombre absentes du menu et dissimulées sur de la courgette jaune présentée à l'identique de la betterave. Cette délicieuse purée d'aubergine presque décorative. Ou cette eau de rhu-barbe digne d'un parfumeur un peu masquée par des files

flottantes. A force d'insister sur la précision, cela manque de générosité et d'audace. Malgré des idées fortes comme ce pain au thé vert. L'équipe du sommelier Thibaut Panas sait, quant à elle, sortir des sentiers battus en racontant ce Chasselas souple et fruité 2010 du domaine de Beudon.

Ce repas assez sage tranche un peu avec le discours volontariste de David Sinapien. Il ne cache pas que la troisième étoile reste l'objectif permanent, dès l'instant où le restaurant, peu après son ouverture, a décroché les deux étoiles.

Il se réjouit de l'affection des Lausannois pour Anne-Sophie, ils ne nous voient plus comme des conquérants français. Il admet que les chefs exécutifs venant travailler avec elle doivent accepter de rester hors de la lumière, mais se félicite de voir Guillaume Rainex voler de ses propres ailes à Lausanne et de travailler avec Kevin Gattin, au Raffles de Singapour. Il pense que Paolo Boscaro, étoilé en France et fraîchement arrivé à Lausanne, intégrera bien les règles claires de la maison. Tous les chefs passent par la cuisine d'essais du restaurant de

Valence, l'établissement où Anne-Sophie Pic exerce le 80% du temps. A Lausanne, elle fêtera ses dix ans d'activité l'an prochain.

Pour nous après deux repas à Lausanne, le mystère d'Anne-Sophie Pic reste intact. On nourrit une profonde admiration pour sa pudeur, sa gentillesse, ce mélange de timidité et de chaleur humaine. On se régale à écouter sa profondeur dans l'émission Premier rendez-vous sur La Première. Mais l'expérience gastronomique nous laisse sur notre faim. aca

La CCNT: Application gratuite désormais disponible!

La version pense-bête mobile de la convention collective nationale de travail. Bonne pour tous dans l'hôtellerie et restauration.

Pour iOS, Android et Windows Phone!



Banque de données hôtelières
www.swisshoteldata.ch



Le guide de l'hôtellerie suisse
le plus complet qui soit



ROTOR
Lips

www.RotorLips.ch
Rotor Lips AG • 3661 Utendorf
Maschinenfabrik • 033 346 70 70

ANNONCE

hotel gastro welten

htr hotel revue | Nr. 18, 6. September 2018

Markknochen, Siedfleisch, Flanksteak sind die Stars der neuen Fleischküche. Die lange gering geschätzten Stücke sorgen für mehr Abwechslung und Wertschöpfung.

FRANZISKA EGLI

Gesiegt hat der Schlossbeindeckel mit Markbutter auf Kartoffelstock. «Tuleg» taufte Marcel Müller, Koch im Seniorenheim Jurablick in Hindelbank, das Gericht mit Warenkosten von gerade mal Fr. 5.90 pro Portion. Mit ihm hat er am Montag die Jury überzeugt und die Mitstreiter am Innovationswettbewerb Savoir-Faire, der Nose-to-tail-Initiative von Proviande (Kasten unten), auf die hinteren Plätze verwiesen. Alle aber nahmen sich der Wertsteigerung gering geschätzter Fleischstücke an, bewiesen Können wie Einfallsreichtum, servierten ein 42 Stunden sous-vide-gegartes Rindsfederstück mit Blumenkohl, Kalbsmilken und -herz auf Sellerie-Ravioli, geschmorten Ochsenchwanz – alles im Sinn der Veranstalter, die mit der Initiative einen ganzheitlicheren Fleischkonsum anstreben.

Was vor wenigen Jahren mit Pulled Pork und hauseigenem Würstchen begann und derzeit mit dem Flanksteak einen weiteren Höhepunkt findet, steht für eine neue Ära: Es sind nicht mehr Filet und Entrecôte, die das alleinige Nonplusultra der Fleischküche sind. Mehr und mehr ist ein nachhaltiger und verantwortungsvoller Fleischkonsum gefragt, was zur Folge hat, dass vergessen gegangene und gering geschätzte Stücke – sogenannte «Second» oder «Special Cuts» – zurück auf die Teller finden. «Mit dem Nose-to-tail-Trend in der Gastronomie kam für uns viel in Bewegung, das wir sehr begrüßen», sagt denn auch Werner Siegenthaler, Leiter Nachhaltigkeit bei Proviande (siehe Interview). Vermeintlich sind diese wertvollen, wie gehobene Restaurants an die Verarbeitung ganzer Tiere sowie an verkantete Fleischstücke: Hier die Berner Sportgastro AG, die wöchentlich Rinder schlachten lässt,

«Man sollte seinen Metzger fragen, was er vorrätig hat und damit das Menü planen.»

Florian Jenzer
Freibank Speis & Trank, Bern

rat ein, aber einer mit viel Potenzial auch in wirtschaftlicher Hinsicht: Die günstigen Stücke lassen sich erstklassig zubereiten und so wertiger verkaufen. «Dies setzt voraus, dass der Koch entsprechende Know-how mitbringt



Preiswerte Fleischstücke, hochwertig interpretiert: Tatar vom falschen Filet, geröstetes Knochenmark nach Art des Nose-to-tail-Pioniers Fergus Henderson. AT Verlag/M. Rütter



Erstklassig mit «Second Cuts»

deren Edelstücke ins Steakhouse The Beef in die Fleischvitrine kommen und der Rest in der hauseigenen Metzgerei weiterverarbeitet werden. Da das Luxushotel Cervo Mountain Boutique Resort in Zermatt, das in seinem Gourmetrestaurant Puro im Ofen gebackenes Markbier mit gebratenen Milken serviert. Als Nischenbereich stuft es Reto Maurer von der Gastro-Metzgerei Mé-

und der Service es versteht, die Gerichte dem Gast zu verkaufen.» Wie das möglich ist, zeigt die «Freibank Speis & Trank» in Bern, die ausschliesslich auf «Second Cuts» setzt: Schmorstücke, Siedfleisch, Innereien, Würstchen. Vor einem Jahr wurde das Lokal im Waaghaus auf dem ehemaligen Schlachthofareal eröffnet, längst sind die 50 Innenplätze zu den Stosszeiten am Mittag regelmässig ausgebucht, und auch die Apéros und Privatevents am Wochenende nehmen stetig zu. Küchenleiter Adrian Urfer kreiert klassische Gerichte und interpretiert sie neu, serviert etwa Fleischkäse mit Onsen- statt mit Spiegelei. Und er bereitet das Rindstroganoff mit Flanksteak zu, das Tatar mit Rindschulterdeckel statt mit Hühnerfleisch. «Dies wirkt sich positiv auf den Preis aus: Rund zehn Prozent sparen sie so im Einkauf ein. Ihre

stetig wachsende Stammkundschaft, stellen die Betreiber fest, schätzt Gerichte wie Pot-au-feu oder Gulasch, die sie zwar noch kennt, aber längst nicht mehr selber zubereitet. Dennoch erfordert das Konzept gewisse Überzeugungsarbeit und Flexibilität, sagen die beiden Geschäftsführer Florian Jenzer und Adrian Witter. «Wir haben »Schweinebauch« auch schon in »Schweinebrust« geändert, weil Gäste Ersteres mit Magen assoziiert haben», erzählen sie. Ganz in ihrem Sinn ist dies zwar nicht, »wir wollen nichts »schönreden«, aber es ist manchmal eine Gratwanderung und erfordert Kompromisse».

«Wie ein Edelstück ist auch ein Flanksteak nur begrenzt verfügbar.»

Marco Tessaro
Luma Beef, Zürich

Bei Luma Beef, dem international tätigen Schaffhauser Fleischunternehmen, fördert man seit Jahren den Absatz von «Second Cuts»: «Es macht nicht nur ökologisch Sinn, die Stücke sind auch geschmacklich viel interessanter als so manches Edelstück», findet Mitinhaber Marco Tessaro. Nach Deutschland oder Holland mit ihren ausgeprägten Barbecue-Szenen, in denen man sich seit Jahren den we-

beliefert, schätzt Tessaro den Anteil von Second Cuts auf «mindestens 50 Prozent – Flanksteak, Skirtsteak, aber auch das Secreto ist sehr gefragt». Kehrseite dieser Medaille: Je grösser die Nachfrage, desto mehr steigen die Preise der bis anhin preiswerten Stücke. «Wie ein Filet, ist auch ein Flanksteak begrenzt verfügbar», so Tessaro.

Ein Thema, das auch die «Freibank» in Bern beschäftigt. Jenzer: «Uns interessiert nicht das, was gefragt ist, sondern das, was übrig bleibt. Eigentlich – apropos Nachhaltigkeit – sollte man jeweils seinen Metzger fragen, was er noch vorrätig hat und damit sein Menü planen.» Für Herbst und Winter schweben ihnen weitere verkantete Klassiker vor: Das Suppenhuhn etwa soll auf die Karte. Und derzeit tüteln sie an einem Metzger-Fondue – ihrer Antwort auf das Fondue Chinois.

Savoir-Faire Nose-to-tail-Initiative von Proviande

Savoir-Faire ist ein mehrjähriges Projekt von Proviande, der Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft. Mit dem Ziel, die Wertschöpfungskette Fleisch zukunftsorientiert zu stützen, strebt das Projekt die vollständige Verwertung von Schlachttieren an. Teil der Initiative ist der erstmals durchgeführte Innovations-Wettbewerb, bei dem das beste Nose-to-tail-Gericht gesucht war, auch, um die Wertsteigerung weniger beliebter Teilstücke zu zeigen. Der Sieger Marcel Müller erhält nicht nur ein Preisgeld, sein Menü «Tuleg» wird im Eldora-Restaurant auf den Menüplan aufgenommen. fee

proviande.ch/ff



Werner Siegenthaler
«Es gibt zig Alternativen zu Filet und Entrecôte.»

Leiter Nachhaltigkeit
Proviande

Werner Siegenthaler, wie beurteilen Sie die aktuelle Entwicklung der ganzheitlichen Fleischverwertung? Ist sie so am Wachsen, wie es scheint? Durchaus. Wie stark, ist schwierig messbar. Medial erfahren Nose-to-tail & Co. derzeit eine grosse Verbreitung, am heimischen Esstisch aber ist es noch nicht angekommen. Sagen wir es so: Es ist eine Nische, die wächst. Diesen Sommer waren beim Grossverteiler drei, vier «Special Cuts» Mangelware – was wir mit Interesse registriert haben. Daneben gibt es aber noch zig Stücke mehr, die nicht einfach Filet oder Entrecôte-Ersatz sein sollen, sondern echte Alternativen sind. Das ist für die Gastronomie sehr wohl interessant und birgt Wertschöpfungspotenzial

Diese Welle nutzt Proviande derzeit gezielt. Konkret?

Vor allem »von der Branche, für die Branche«, da fahren wir mehrleisig: Zum einen führen wir erstmals den Innovations-Wettbewerb Savoir faire mit Köchen und Fleischfachleuten durch (Kasten links). Aber auch die Metzger müssen gewisse Schnitte erst wieder lernen, welche lange nicht mehr gefragt waren. Handlungsbedarf diesbezüglich besteht auch bei den Köchen. Deshalb planen wir Videos für die Lehrlingsausbildung. Und schliesslich geht es um die richtige Zubereitung: Aktuell haben wir zwei Kurse, einer in Bern, einer in Zürich, vorgesehen. Ist die Nachfrage da, wird es weitere geben.

Wie denken Sie über die Gefahr, dass aus «Second Cuts» Edelstücke werden? Unser Ziel ist es, Angebot und Nachfrage in Einklang zu bringen. Wir vertrauen dem

Markt, dass er sich reguliert und der Hype bezüglich «Special Cuts» wieder etwas nachlässt. Abgesehen davon sprechen wir nicht von »zweiter Qualität«, sondern wollen vergessene Stücke wieder zu Ehren verhelfen. Da kommen uns die Gastronomen als Botschafter zu Hilfe, ohne die es den Nose-to-tail-Trend gar nicht gäbe. Für uns ist dadurch enorm viel in Bewegung gekommen, das wir sehr begrüßen. Dank ihm lässt sich der Gast auf den Genuss ihm unbekannter Rezeptur ein.

Und merkt, dass sie nicht minderwertig sind?

... oder ganz sicher gleichwertig! Es geht nicht darum, keine Filets mehr zu essen, sondern Mass zu halten und wieder zu lernen: Die Stücke eines Tieres sind begrenzt, aber es gibt zahlreiche Alternativen. fee

Buch 80 Rezepte rund um verkantete Fleischstücke

In ihrem neuesten Buch stellt Manuela Rütter die wenig bekannten Stücke von Rind, Kalb und Schwein samt Bezeichnung und Zerschneidung, erklärt, wofür sie sich eignen, wie man sie zubereitet, bietet praktische Hinweise zu Kochmethoden und Garzeiten. Zu jedem Stück gibt es zwei verschiedene Rezeptvarianten.



Manuela Rütter,
Backe, Brüste und Bauch, AT Verlag,
280 Seiten, ISBN
978-3-03800-082-2, CHF 36.–.

Das Buch ist erhältlich auf

hotellerieuisse.ch/buchshop

Von Shiso-Bouquet und Teufelswerk

Zum 10. Swiss Wine Tasting fanden sich 127 Produzenten aus den Schweizer Weinbauregionen in Zürich ein – mit modernen Etiketten, unbekannten Aromen und Klimageschichten.

ALEXANDRE CALDARA

Willi Klinger, mit seinem oft als Beispiel angeführten «Österreich Wein Marketing» zu Gast, hält es für unmöglich, Wein «ohne Inhalt, ohne Identität» zu verkaufen. Schauen wir also, welche Tropfen die Produzenten präsentieren und welche Geschichten sie erzählen.

Raphaël Maye aus dem Wallis, einer der führenden Namen bei «Mémoire des vins suisses», spricht von der Freude, seinen Petite Arvine am steilen Hang von Ardon zu jenen Bittertönen zu erziehen, die nach einem langen Abgang in ein explosives Finale münden. Der Genfer Jean-Pierre

Jean-Pierre Pellegrin erzählt zu seinem Fié Blanc, dass er eigentlich Archäologe werden wollte.

Pellegrin erzählt zu seinem Fié Blanc aus alten Sauvignon-Reben, dass er eigentlich Archäologe werden wollte und der Vergangenheit nun in Wurzelstücken, kleinen Zweigen und den schnurgeraden Mauern in seinem Weinberg begegnet. In Simon Mayes Petite Arvine 2017 findet sich eine seidige Mischung aus Mineralien, Sinnlichkeit und Zitronenfett zu schöner Harmonie. Der komplexe Fié Blanc 2015 verströmt Aromen von Minze, Enzian und weissen Wald-



127 Schweizer Produzenten nahmen am 10. Swiss Wine Tasting im Zürcher Schiffbau teil (oben: Myra Zündel von Christian Zündel Weinkeller.

Kevin Ringli



beeren. Zu Cécile Schwarzenbach zieht uns die robuste Kraft und Würze des Räuschlings, dessen Zürcher Produzenten die Säure so gut beherrschen. Sie serviert ihn fast wortlos, wohl im Bewusstsein der Einzigartigkeit der Rebsorte; der Jahrgang 2008 nimmt es ohne Weiteres mit einem im Barrique ausgebauten Weisswein auf.

Anne-Catherine Mercier präsentiert ihren Petite Arvine 2017 mit der verborgenen Süsse eines frostfreien Jahrs. Ihre Weine sprechen für sich und bringen überraschende Bilder hervor. Marie-Thérèse Chappaz' Grain Noble Marsanne blanche 2013 mit Lindenblüten in der Nase fühlt sich an wie eine Kletterpflanze, und punkto Radikalität sind wir vom Merlot Fustoaquattro 2017 der Tessiner Hubervini und seinem Shiso-Bouquet betört.

Christophe Schenk erntet ausschliesslich am Morgen

Der Waadtländer Pierre-Luc Leyvraz gehört zu den «Friends», die den Organisatoren Proben schicken, um ihre Weine neben den 56 Produzenten des «Mémoire» zu präsentieren. Sein Saint-Saphorin Grand Cru 2017 ist überwältigend. Man schmeckt sofort die legendäre Mineralität seines Chasselas, die Balance, den Tonus. Christophe Schenk vinifiziert seit 12 Jahren statt 4,5 nur noch 1,8 Hektar und erntet ausschliesslich am Morgen, ausschliesslich ganze Trauben. An seinem Pinot Gris 2017 von 40-jährigen Reben, ohne malolaktische Gärung, gefällt der Eindruck von Süsse in der Wildnis. Als wir ihm vorschlagen, «langsame» Weine zu machen, lacht er. Später lesen wir auf seiner Website, er habe sich lange gegen einen Internetauftritt gesperrt, «denn wie sollte ich erklären, was mir selbst nicht klar ist?»

Vom Urner Weingut zum Rosenberg fällt zuerst die Etikette auf: Ein Glas, das mit einem einzigen Strich zum Auge wird, präsentiert den 1,3 Hektar grossen Rebberg. Es vinifiziert einen tro-

ckenen Solaris 2017, der an Brennessel erinnert, ein süffiger Tropfen.

Der 18 Monate im Fass gereifte Diolinoir 2016 mit der Farbe schwarzer Johannisbeeren beginnt wuchtig und endet erstaunlich zart. Der Johanniter

Willi Klinger hält es für unmöglich, Wein «ohne Inhalt, ohne Identität» zu verkaufen.

Selection 2017 des Bieler Martin Hubacher, ein Chasselas, besticht mit Offenheit und Geradlinigkeit. Seinen Pinot Gris 2017 baut er zu einem Drittel ohne und zu zwei Dritteln mit Malo aus. «Das rundet seine trockene Seite ab und gibt ihm Frische und Struktur.» Zuletzt kredenzt er seinen Orantsch 2016 aus von Hand entrappten Trauben, im offenen Barrique ausgebaut, mit zweiter, spontaner Gärung. Er erinnert an grünen Tee und weissen Pfeffer.

Zum Schluss wird's höllisch. Der Epesses der Dubois-Brüder heisst La Braise de l'Enfer: «Unser Grossvater, vom Ruisseau de l'Enfer inspiriert, betrachtete die Risse im Boden unserer Hänge und glaubte an Teufelswerk». Ihr Dézaley-Marsens Grand Cru Vase No.4 von 2015 beeindruckt durch seine Welte, das Prickeln, den gerösteten Ausdruck. Hinter seinem Stand der Histoire d'Enfer ist der Winzer-Arzt Patrick Regamey anzutreffen. Er erzählt von in einer Reihe «straffen» und in der anderen «frischen» Chasselas und öffnet einen kräftigen Humagne Rouge 2015 mit intensiven Johannisbeeraromen.

Manche Produzenten ernten dieses Jahr früh, wie Denis Mercier, der im Wallis geblieben ist. Doch Marie-Thérèse Chappaz ist hier und will nie im August ernten, sagt sie. Nur am Abend fehlt die Walliser Enkelin, denn «sie hütet ihren Enkel, wie jeden Montag», ist zu hören. Am Ende bleibt ganz vieles ein Winzergeheimnis.

Übersetzung des Texts Seite 11: Christina Miller

Mehr zu den in Zürich degustierten Weinen gibts auf unserer Homepage htr.ch/fr

zagg.ch

21.-24.10.18
MESSE LUZERN

ZAGG

DIE SCHWEIZER FACHMESSE FÜR GASTGEWERBE,
HOTELLERIE & GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE

ANZEIGE

Nationales Sharing-Projekt am Start

Die nationale Plattform «jobs2share» ist online. Grösster Vorteil ist die Seco-Sonderbewilligung. Damit diese definitiv verankert wird, braucht es Betriebe, die sich beteiligen.

GUDRUN SCHLENZKE

Auf diesen Moment haben die Initiatoren des Vereins Mitarbeiter-Sharing zweieinhalb Jahre gewartet: In der zweiten Augushälfte ging die Plattform «jobs2share» online. Und damit die erste nationale Website für Stellensuche und -ausschreibung explizit für Saisonarbeitende. Wer eine Winter- oder Sommer-saisonstelle sucht oder besetzen will, kann hier ganz unkompliziert auf die Suche gehen. Ansprechen will der Verein, der für das Projekt unter anderem von Kanton und Seco unterstützt wird, dabei nicht nur Saisonbetriebe. Auch Ganzjahresbetriebe, die für die Saison Verstärkung suchen, könnten hier genauso fündig werden, betont Projektleiterin Brigitte Küng von der HTW Chur – die Fachhochschule begleitet das Vorhaben zu dem wissenschaftlich.

Sharing-Potenzial auch für Nicht-Saisonbetriebe

Zuvor gab es keine Plattform, sondern lediglich eine einfache Website mit Informationen zu Mitarbeiter-Sharing. Der mögliche Austausch beschränkt sich primär auf die Kantone Graubünden und Tessin und hier auf die gut 20 Hotels der Trägerschaft des Vereins Mitarbeiter-Sharing. Von dem Schritt an die Öffentlichkeit erhoffen sich die Initianten viel. Brigitte Küng: «Jetzt fangen wir erst richtig an.»

Von der nationalen Öffnung des Projektes verspricht sich auch Petra Homberger, HR-Verantwortliche im Hotel Grisch, ein Mitgliedshotel in Davos, einiges. Zwar konnte sie letzten Winter drei Mitarbeiterinnen aus dem Tessin über den Verein rekrutieren. Doch Davoser Hotels hätten es



Saisoniers können mithilfe von jobs2share.ch leichter von einer Saisonstelle zur nächsten wechseln.

T23RF/swisshoteldata/Montage htr



«Eine Finanzierung von Sprachschulungen über den L-GAV muss man diskutieren.»

Brigitte Küng
Verein Mitarbeiter-Sharing

schwer, italienischsprachige Mitarbeitende in die deutschsprachige Destination zu holen. Künftig hofft sie dank der nationalen Plattform zusätzlich in Regionen wie Bodensee oder Innerschweiz, die im Winter eher Nebensaison haben, fündig zu werden.

Wie gross die Resonanz auf das Projekt Mitarbeiter-Sharing ist, hat Brigitte Küng an der HTW Chur untersucht. Die Hälfte der im Rahmen einer Masterarbeit befragten Lernenden hätten das junge Projekt bereits gekannt. «Der hohe Bekanntheitsgrad nach dieser kurzen Zeit hat uns erstaunt.»

Aus zwei Saisonstellen wird plötzlich eine Ganzjahresstelle

Noch grösser ist das Interesse, Teil eines solchen Austausches zu werden: 30 Prozent finden eine

Saisonstelle für den Berufseinstieg attraktiv, weitere 54 Prozent zeigen sich offen dafür. Nicht viel geringer fällt das Interesse im Durchschnitt

aller Mitarbeitenden, eine Anstellung im Mitarbeiter-Sharing-Modell zu bekleiden, aus, wie eine dieses Jahr erstellte repräsentative Studie der Universität St. Gallen zeigt (siehe Grafik).

Durch das Mitarbeiter-Sharing kann der Mitarbeitende aus zwei Saison- eine Ganzjahresstelle machen. «Wir können nur Saisonstellen bieten. So wird unser Haus als Arbeitgeber viel interessanter», meint Evelyn Engler, Direktorin im Hotel Ches Rosatsch, Celerina. Nicht nur weil über die Plattform automatisch ein Kooperationsvertrag zwischen den beiden Hotels mit Stellenzusage entsteht (siehe Box oben). Sondern auch weil Saison-

niers dank einer Sonderbewilligung des Staatssekretariats für Wirtschaft Seco bei einer Registrierung via Mitarbeiter-Sharing-



«Die Seco-Sonderbewilligung ist für Saisonbetriebe ein Riesenvorteil.»

Corinne Denzler
Tschuggen Hotel Group

Plattform – unter Einhaltung verschiedener Auflagen – davon befreit werden, in der Zwischensaison Arbeitsbemühungen nachzuweisen und können während maximal sechs Wochen pro Jahr von Arbeitslosenentschädigungen profitieren. Weitere Auflagen: Saisoniers müssen dem zuständigen RAV einen Kooperationsvertrag der beiden Betriebe vorlegen und Wohnsitz in Graubünden oder Tessin haben. Letzteres gilt für die Pilotphase, die ab dem 1. Januar 2019 drei Jahre läuft. Ist der Pilotversuch erfolgreich verlaufen, könnte sich die Lösung schweizweit durchsetzen.

Sonderbewilligung Pilotphase startet am 1.1.2019

Mitarbeitende, welche sich für zwei Saisonstellen im Modell Mitarbeiter-Sharing verpflichten, werden von der Auflage befreit, Arbeitsbemühungen nachzuweisen und können während maximal sechs Wochen pro Jahr von Arbeitslosenentschädigungen profitieren. Weitere Auflagen: Saisoniers müssen dem zuständigen RAV einen Kooperationsvertrag der beiden Betriebe vorlegen und Wohnsitz in Graubünden oder Tessin haben. Letzteres gilt für die Pilotphase, die ab dem 1. Januar 2019 drei Jahre läuft. Ist der Pilotversuch erfolgreich verlaufen, könnte sich die Lösung schweizweit durchsetzen.

gsg

jeder vierte Saisonnier der Gruppe, in absoluten Zahlen 60 bis 70, für das Mitarbeiter-Sharing-Konzept entscheidet. Bis dahin sei aber noch viel Aufklärungsarbeit nötig. Bereits beim Einstellungsgespräch weist man deshalb bei den Tschuggen Hotels auf das Konzept hin.

Damit das Projekt die Seco-Vorgaben erfüllt, will der Verein das Angebot für Saisoniers weiter ausbauen und so das Modell noch

jobs2share Mit einer Flatrate auf die Mitarbeitersuche

Träger des Vereins Mitarbeiter-Sharing sind rund 25 gastgewerbliche Betriebe aus Graubünden und Tessin, die mit der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur sowie Kantonssektionen von Hoteliersuisse nach zweieinhalb Jahren Projektphase die nationale Mitarbeiter-Sharing-Plattform «jobs2share» lanciert haben. Für eine Flatrate ab 49.90 Franken pro Monat kann ein Betrieb unlimited Stellenangebote ausschreiben. Ein Kooperationsvertrag bildet die Brücke zwischen den beiden Arbeitgeber und dem Mitarbeitenden.

jobs2share.ch

attraktiver machen. Zum Beispiel im Bereich Weiterbildung. Da Saisoniers nicht fest einem Betrieb zugeordnet sind, wird der fachlichen Förderung oft wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Dabei bietet sich die Zwischensaison für Schulungen regelrecht an, meint Küng und sieht besonders in Sprachschulungen ein Potenzial. Zum einen sei mangelnde Sprachkenntnis einer der Hauptgründe, nicht in einer anderen Region der Schweiz zu arbeiten, zum anderen fehle es hier bislang am passenden Angebot für die Zwischensaison. Und auch für die Finanzierung wünscht sie sich noch Lösungen: «Man müsste eine Finanzierung über den L-GAV diskutieren.» Heute werden über den L-GAV ausschliesslich eidgenössische Weiterbildungen unterstützt. Doch gerade Sprachkompetenz sei eine klare Schlüsselkompetenz.

Eine Chance für den Nachwuchs

Federico Haas vom Hotel Delfino Lugano sieht im Mitarbeiter-Sharing eine grosse Chance für die Nachwuchsförderung. «Für mich ist der Nutzen für den Nachwuchs wichtiger als jener für den Betrieb», meint der Präsident von Hotel- und Gastro-Formation im Tessin. Insbesondere nach der Grundbildung habe er im Rahmen der bisherigen Trägerschaft den jungen Berufsleuten einen guten Arbeitsplatz im Winter vermitteln können. Denn sind die ersten Berufserfahrungen negativ, so bestehe schnell die Gefahr der Abwanderung. Geschätzt habe er hierfür auch die regelmässigen Treffen im Rahmen des Vereins, den Austausch mit Hoteldirektoren oder den Personalverantwortlichen zu Mitarbeiterthemen. Kommende Woche am Mittwoch findet wieder ein solches Treffen, diesmal in Bellinzona, statt. Dann wird auch der Start der nationalen Plattform der Öffentlichkeit vorgestellt.

Mitarbeiter-Sharing Andere Branchen zeigen Interesse

«Seit dem Start mit dem Projekt Mitarbeiter-Sharing vor zweieinhalb Jahren haben immer wieder Unternehmen aus nicht gastgewerblichen Branchen Interesse gezeigt», so Projektleiterin Brigitte Küng. An der HTW Chur werden nun eine Öffnung der Plattform, das damit verbundene Potenzial sowie mögliche Modellvarianten geprüft. Erste Ergebnisse sollen 2019 vorliegen. Küng sieht darin eine Chance, dem Fachkräftemangel zu begegnen, da so potenzielle Quereinsteiger auf Stellen im Gastgewerbe aufmerksam werden. Zudem, ist gerade die Hotellerie Arbeitsplatz für viele andere Branchen, wie Gärtner oder Coiffeure.

gsg

Mitarbeiter Gefragt sind Abwechslung, guter Lohn und sinnvolle Arbeit

Mit der Übernahme der Projektleitung des Vereins Mitarbeiter-Sharing hat die Fachhochschule HTW Chur diverse Studien zum Thema durchgeführt mit zum Teil interessanten Ergebnissen. Zum Beispiel, dass 80 Prozent der Lernenden bereit sind, für den Job den Wohnort zu wechseln, nur 3,5 Prozent können sich mit einer solchen Lösung nicht anfreunden. «Wir waren überrascht, dass junge Leute diesem Thema so offen gegenüberstehen», sagt Brigitte Küng von der HTW Chur und Projektleiterin des Vereins Mitarbeiter-Sharing.

Was weniger überrascht: 81 Prozent schätzen die Abwechslung, 62 Prozent aber auch das Gefühl, mit zwei Tätigkeiten trotzdem eine Ganzjahresstelle zu haben. «Das Mitarbeiter-Sharing bietet sowohl Abwechslung als

auch Sicherheit», so Küng. Wobei das Motiv Abwechslung und Flexibilität als Lebensgefühl sich als wichtigeres herauskristallisierte, wie eine repräsentative Studie unter Mitarbeitenden im Gastgewerbe der Uni St. Gallen zeigte. «Das Motiv Job-Sicherheit hat sich als «Hygienemassnahme» herauskristallisiert.»

Erstaunt hat die Forscherin von der HTW Chur auch, wie bedeutend der Lohn ebenso bei der Generation Y ist. 97 Prozent der von der HTW Chur befragten Lernenden erachten den Lohn als wichtig oder sehr wichtig. Mindestens genauso relevant ist für die junge Generation aber eine sinnvolle Tätigkeit (98%). Eher irrelevant hingegen, ob der Arbeitsweg kurz oder lang ist; nur jeder Zehnte achtet darauf.

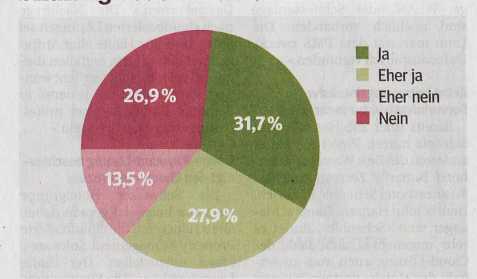
gsg

Sonderbewilligung des Seco an konkrete Vorgaben geknüpft

Die Bedeutung für eine solche Lösung könnte in Zukunft, unter anderem auch wegen der neuen Stellenmeldepflicht weiter an Bedeutung gewinnen. Brigitte Küng: «Ich bin überzeugt davon, dass sich die Saisonproblematik eher noch akzentuiert.»

Noch ist dieses «Zugpferd» ein Pilot: Das Seco lässt diese Sonderbewilligung, die vorerst für die Kantone Tessin und Graubünden gilt, ab 1.1.19 drei Jahre testen. Für eine anschliessende Fortsetzung muss das Projekt konkrete Erfolgskennzahlen vorweisen: Zum Beispiel, dass 200 Mitarbeitende pro Jahr so ein Mitarbeiter-Sharing-Jobpaket annehmen. Weitere Kennzahlen werden bis Ende Jahr definiert. Eine Grössenordnung, die durchaus machbar scheint, Corinne Denzler schätzt, dass sich allein in ihrer Gruppe mittelfristig

Sharing Jeder Dritte ist interessiert



60% der Hotel-Mitarbeitenden zeigen Interesse an einer Anstellung im Mitarbeiter-Sharing. (repräsentative Umfrage 2018) Quelle: HSG



Von überall Zugriff auf die Hoteldaten: Bei cloudbasierten PMS-Systemen ist das Datenmanagement unabhängig vom Server.

Fotolia/Vlacheslav Iakobchuk

Die neue PMS-Welt aus der Cloud

Schweizer Hotels und Hotelgruppen stellen auf cloudbasierte Property Management Software (PMS) um. Dadurch gibt es Kostenersparungen und effizientere Prozesse.

ANDREAS LORENZ-MEYER

Die Organisation der Hoteldaten wird immer mehr zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor. Viel Bewegung gibt es aktuell beim Datenmanagement im Réceptionsbereich, also bei den Property-Management-Systemen: Denn bei der Hotelreservierung entsteht der Umsatz, hier werden die Preise bestimmt. Der Hotelsoftwarespezialist Rebag Data AG aus Horgen bietet eine zu 100 Prozent cloudbasierte Hotelmanagement-Lösung an: «protel Air». Es ist keine Rechenzentrum-Lösung, betont Sandro Berger vom Unternehmen. Sondern ein reiner Webbrowserbetrieb mit allen klassischen PMS-Funktionen. Dazu gehören Reservierungen, Ratenmanagement, Gästekarteien, Berichte, Housekeeping, Debitorenverwaltung, MICE-Verwaltung. Hinzu kommen Features wie der «protel Air Messenger» für Pre- und Poststay Mailings, der «protel Air Voyager» als Gästefür Self-Check-in und -Check-out sowie zwei Web-Booking-Engines.

Laut Berger auch ein Vorteil: Über die Integrationsplattform protel I/O sind Schnittstellen mit allen anderen relevanten Systemen möglich. «Auch klassische Schnittstellen für Hotelsysteme wie Restaurantkasse, Telefonanlage, WLAN oder Schliessanlage sind reichlich vorhanden. Die kann man mit dem PMS zwecks Datenaustausch verbinden.»

Keine betreuungsintensive Serverinfrastruktur mehr nötig

Bereits über 200 Hotels in der Schweiz nutzen Protel Air. Unter anderem das Best Western Ferienhotel Butterfly Zermatt und das Businesshotel Scheuble in Zürich. Henrik John Hansen, General Manager vom «Scheuble», findet es sehr angenehm, sich dank der Cloud-Lösung auch von ausserhalb des Hotels, dort wo Internet aufgeschaltet ist, einloggen zu können. Auch habe jeder Mit-

arbeiter die Möglichkeit, von zu Hause aus zu schauen, wie die Reservierungen sich verändern, kurz zu kontrollieren, ob man etwas vergessen hat und je nachdem eine Korrektur vorzunehmen. «Das geht schnell und einwandfrei», so Hansen. Jeden Mittwoch über Mittag werden im «Scheuble» Updates gemacht, um das Programm zu verbessern. Teils verzögert dies kurz die Weiterarbeit. Jeden Morgen vor der Arbeit loggt sich Hansen schon von zu Hause aus in Protel Air ein, um sich optimal auf den Tag vorzubereiten. «Wenn ich dann später ins Hotel komme, habe ich die Namen der Gäste schon gesehen. Und die Upgrades sind schon erledigt. Das hilft sehr.»

Berger: «Mit Protel Air verzichtet der Hoteller auf eine teure und betreuungsintensive Serverinfrastruktur und kann ohne grosse Aufwände von überall, auch via App, auf seine Hoteldaten und -funktionen zugreifen. Auch kann er die Verantwortung für die Datensicherheit zumindest teilweise abgeben und sich voll seinem Kerngeschäft widmen, dem Gastgebertum.» Die Nachfrage nach cloudbasierten Lösungen sei gross. Über die Hälfte aller Anfragen bei Rebag Data entfallen darauf. «Das Hotelmanagement wandert zwar noch nicht generell in Richtung Cloud ab, aber mittelfristig wird das wohl so sein.»

Online-Payment-Lösung beschleunigt den Check-out-Prozess

Die Schweizer Hotelgruppe welcome hotels ist gerade dabei, alle 9 Häuser auf die cloudbasierte Property-Management-Software Mews umzustellen. Der fünfte Launch steht an. Die Einarbeitung der Mitarbeiter dauert nur zwei bis drei Schichten. «Danach gibt

es zur Nutzung keine Fragen mehr», sagt Revenue & Distribution Manager Diana Roy. Zum Service gehören Lernvideos, ein Demo-PMS pro Hotel, als Unterstützung unter anderem Support über eine Chatbox. Die Implementierung kostet zwischen 4000 und 6000 Franken pro Betrieb.

Die Online-Payment-Lösung ermöglicht den Hotels eine «nicht unwesentliche Beschleunigung» des Check-out-Prozesses. Bei der Kreditkartenzahlung via Terminal sind es laut Roy 20 Sekunden pro Zahlung, beim Online-Payment noch 3 Sekunden. Unproblematisch geht nun ein Versenden der Rechnung per E-Mail. Die Hotelgruppe testete vorab drei Revenue-Management-Systeme mit PMS-Integration, bevor sie sich für eines entschied. Roy: «Versuchen Sie das mal mit einem der alten Systeme.» Mit der cloudbasierten Lösung konnten die monatlichen Kosten um knapp 70 Prozent gesenkt werden. Das Hosting der Serverfarm und die früher

anfallenden Kosten für den PMS-Support sind da nicht mal eingerechnet.

Housekeeping wird via App gesteuert

Auf dem Markt ist Mews seit 2012. Entwickelt wurde es von Richard Valtr, zunächst für das familieneigene Hotel, das «Emblem Hotel» im Stadtzentrum von Prag. Im «Ambassador» und im «Opera Hotel» in Zürich arbeitet man seit Januar 2017 mit dem System. Kunden erwarten generell eine schnelle Buchungsabwicklung, sie möchten auch – wie beim Flug – online einchecken können, stellt Direktor Michael Böhler fest.

Die Mitarbeiter wiederum brauchen ein einfaches, intuitives und schnelles Arbeitswerkzeug, damit sie die Zeit mit dem Gast anstatt mit administrativen Aufgaben verbringen. Das Team

schätzt die Effizienz und den intuitiven Ansatz. Böhler: «Nach zwei Wochen wollte keiner zurück zur alten Software.» Durch die Vereinfachung der Arbeitsabläufe

haben die Mitarbeitenden nun mehr Zeit für die Gäste. Die Organisation des Housekeepings ist inzwischen App-gesteuert: Das Sales-Team muss nicht mehr die Réception fragen, ob ein Zimmer frei ist – ein Blick aufs Smartphone genügt. Selbst das Revenue Management sei durch das Tool einfacher geworden. Die Integration weiterer Tools steigere Kosteneffizienz, Umsätze und Upselling.

Vor der Implementierung Schnittstellen checken

Der Kunde hinterlegt nun Pass und Kreditkarte online und profitiert von einem deutlich schnelleren Check-in und -out sowie einem

vorgängigen Online-Check-in. «Wir können ihnen den Mobile Key vor Ankunft senden, da wir alle Daten schon haben», erklärt Böhler.

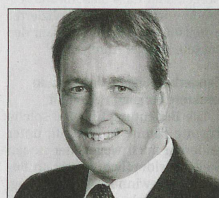
Was Hotels jedoch berücksichtigen sollten, so Böhler: Mews sei keine Debitorenverwaltung und kein Sales Tool. «Es ist ein System, das auf die Bedürfnisse der Réceptionsmitarbeiter und Gäste fokussiert ist. Und nicht auf Backoffice wie die PMS, die wir in der Vergangenheit nutzten.» Mews ist in der Schweiz noch weniger verbreitet als die Protel-Lösung: Ende des Jahres werden an die 20 Betriebe das System nutzen.

Heiko Siebert, Geschäftsführer der Schweizer Firma Clouds at Work, die Mews hierzulande vertreibt, betont, dass ein Hoteller vor der Implementierung unbedingt abklären müsse, ob die Schnittstellen von Mews zu den anderen vorhandenen Systemen, Channel Managern oder Schlüssel- und Kassensystemen des Hotels passen. Mews hat die Partner, über die Integrationen laufen auf der eigenen Website veröffentlicht. Weiter empfiehlt Heiko Siebert zusätzlich zum Gäste-WiFi ein separates WiFi für die interne Anwendung.



«Die monatlichen Kosten konnten um knapp 70 Prozent gesenkt werden.»

Diana Roy
Welcome Hotels



Laszlo Kele
«Cloud-Lösungen sind sehr einfach gestrickt.»

IT&Hotelmanagement-Berater, Kele & Partner AG, Montreux

Laszlo Kele, was ist der grösste Vorteil von Cloud-Lösungen für das Hotelmanagement?

Dass auf dem zentralen Hotelserver keine Updates mehr gemacht werden müssen. Das Hotel besitzt immer die aktuellste Version. Der Support wie auch das Schnittstellenproblem sind damit viel einfacher gelöst. Heute gibt es leider immer noch viele Hotels, die mit alten Versionen arbeiten, da das Update zu aufwendig oder zu teuer ist. Oft braucht es dann auch noch einen Hardwarewechsel.

Die Updates sind aber nicht der einzige Vorzug einer Cloud-Lösung.

Zudem werden die Prozesse im Betrieb beschleunigt, da viele Cloudlösungen nicht an Altlasten gebunden sind, zum Beispiel die bestehenden, starren Abläufe. Dadurch kann das Hotel flexibler auf Marktänderungen reagieren.

Gibt es auch Nachteile?

Durchaus. Leider bedeuten Hotel-PMS-Lösungen auch Unmengen von codierten Zeilen, die ein Programmierer schreiben muss. Im Klartext: Cloud-Lösungen sind hier und da noch sehr einfach gestrickt. Viele Software-Entwickler haben erst in den letzten vier bis fünf Jahren auf die Cloudumgebung gesetzt, da bis dahin oft die nötigen Übertragungsgeschwindigkeiten nicht da waren. Und in den Hotels auch nicht die Akzeptanz für schnellere Entwicklungen. In den letzten zwei Jahren sieht man aber einen richtigen Boom in diesem Markt. Viele traditionelle Anbieter kommen ins Wanken, da sie von Ausenseitern überholt werden. Das ist ähnlich wie beim Wettbewerb zwischen traditionellen Airlines und Easyjet und Co.

Nimmt das Interesse an Cloud-Lösungen in der Schweizer Hotellerie stark zu?

Das schon, aber viele haben Angst vor dem Schritt, weil so viele andere Programme am PMS angeschlossen sind. Und solange das alte funktioniert, gibt es ja keinen Anlass, etwas zu ändern. Die Ablösung von PMS-Systemen wird meines Erachtens viel zu lange hinausgezögert. Richtig wäre es, das zur Chefsache zu erklären, sich mit den richtigen Beratern zu umgeben und klare Ziele für den Betrieb zu formulieren, um dann die richtigen Softwarekomponenten auszuwählen und die Mitarbeiter darin zu schulen. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt dafür. Denn Hotels mit moderner Software können viel agiler im Markt auftreten. Die Schweizer Hotellerie wird nur dann überleben, wenn sie die Informatik-Herausforderung annimmt. Im Moment habe ich aber nur ein grosses Murren im Markt, da viele Betreiber von Schweizer Hotels mit der Materie überfordert sind. alm

Der Experte weiss Rat

Im gegenseitigen Einvernehmen



Roger Siegrist
ist dipl. Treuhandexperte
und Mitglied der Geschäfts-
leitung. Er beantwortet an
dieser Stelle regelmässig
Ihre Fragen.

Die Bommer + Partner
Treuhandgesellschaft ist ein
Spezialist für Gastgewerbe
und Tourismus und bietet
branchenspezifische Dienst-
leistungen in den Bereichen
Buchhaltung, Steuern,
Wirtschafts- und Unter-
nehmensberatung.
bommer-partner.ch

Wir möchten mit einem unserer Service-
angestellten das bestehende Arbeits-
verhältnis so rasch als möglich auflösen.
Eine Branchenkollegin hat uns empfohlen,
den Arbeitsvertrag mittels einer
Aufhebungsvereinbarung im gegenseitigen
Einvernehmen aufzulösen. Was sind
die Risiken diesbezüglich bzw. was
müssen und sollten wir beachten?

Antwort: Der Arbeitsvertrag kann grund-
sätzlich jederzeit im gegenseitigen Ein-
vernehmen auf ein beliebiges Datum hin
aufgelöst werden. So steht es auch im
Kommentar zu Art. 6 L-GAV. Eine gesetz-
liche Formvorschrift gibt es nicht (Art. 115
OR), doch empfiehlt sich aus Beweisgrün-
den die Schriftlichkeit. Ein Aufhebungsver-
trag kann aber auch, mündlich oder still-
schweigend, durch konkludentes Verhalten
rechtsgründig zustande kommen. Es sind
aber folgende Aspekte zu berücksichtigen.

- Ein Aufhebungsvertrag darf nicht dazu
dienen, zwingende Gesetzesumgehungen
zu verletzen oder zu umgehen.
- Hierzu ist auch Art. 341 OR zu beachten,
wonach ein Arbeitnehmer während der
Dauer des Arbeitsverhältnisses und
einen Monat nach dessen Beendigung
nicht auf Forderungen verzichten kann,
welche sich aus unabdingbaren Vor-
schriften des Gesetzes oder aus unab-
dingbaren Bestimmungen eines Gesamt-
arbeitsvertrages ergeben.
- Die Rechtsprechung hält jedoch fest,
dass ein Aufhebungsvertrag trotz
Verzichtserklärung nach Art. 341 OR
rechtsgründig sein kann, sofern die
Arbeitgeberin als Ausgleich für die
Nachteile des Arbeitnehmers, wie
beispielsweise des entfallenden Sperr-
fristenschutzes nach Art. 336c OR bei



**Aus Beweis-
gründen
empfiehlt
sich ein
schriftlicher
Aufhebungs-
vertrag.**

Fotolia/Montage htr

Krankheit, angemessene Ersatzleistun-
gen gewährt.

- Im Idealfall geht die Motivation zum
Abschluss eines Aufhebungsvertrages
stets von beiden Vertragsparteien aus, so
zum Beispiel beim Wunsch des Arbeit-
nehmers zum frühzeitigen Antritt einer
neuen Arbeitsstelle.
- Neben den gegenseitigen Zugeständnis-
sen und dem beidseitigen Interesse am
Abschluss einer Aufhebungsvereinbar-
ung kann eine angemessene Bedenkzeit
ohne Druckausübung zur Unterzeichnung
der Vereinbarung eine entscheidende
Anforderung an die rechtliche Zulässig-
keit sein.
- Ein weiterer wichtiger Punkt ist die
eindeutige Willensäusserung hinsichtlich
der gewünschten Beendigung des
Arbeitsverhältnisses.
- Auch bei einer Auflösung des Arbeitsver-

hältnisses im gegenseitigen Einverne-
men hat die Arbeitgeberin gewissen
Informationspflichten gegenüber dem
Arbeitnehmer nachzukommen – so
beispielsweise zu den Möglichkeiten
bezüglich Übertritt in die Einzelversiche-
rung (KTG) oder dem Abschluss einer
Abredeversicherung (UVG).

Die Rechtsfolge bei einer allfälligen Unzu-
lässigkeit einer abgeschlossenen Aufhe-
bungsvereinbarung ist nicht ganz klar.
Einerseits ist es denkbar, dass Nichtigkeit
angenommen wird, womit dem Aufhe-
bungsvertrag jede Wirkung abgesprochen
wird. Andererseits ist es durchaus möglich,
dass das Arbeitsverhältnis gleichwohl als
beendet anzusehen ist, dem Arbeitnehmer
aber z.B. die umgangenen gesetzlichen
oder gesamtarbeitsvertraglichen Ansprü-
che erhalten bleiben. Wird das Arbeitsver-

hältnis in einem solchen Fall als aufgelöst
betrachtet, wäre dann möglicherweise
noch zu klären, welche Vertragspartei die
Kündigende ist und ob das Arbeitsverhält-
nis ordentlich oder fristlos zu beenden ist.
In diesem Zusammenhang sind zusätzlich
sicherlich auch die möglichen Folgen bei
Missbräuchlichkeit (Art. 336a OR) und
ungerechtfertigter fristloser Entlassung
(Art. 337c OR) zu beachten. Hinsichtlich der
Arbeitslosenversicherung sei ausserdem
erwähnt, dass auch eine teilweise selbst-
verschuldete Arbeitslosigkeit durch den
Arbeitnehmer zu sogenannten Einstellta-
gen führen kann und dadurch abgeschlos-
sene Aufhebungsvereinbarungen in der
Praxis regelmässig angefochten werden.
Eine Aufhebungsvereinbarung sollte nicht
aufgrund eines schwierigen Arbeitsverhält-
nisses oder deshalb abgeschlossen werden,
weil damit der zeitliche oder sachliche Kün-
digungsschutz umgangen werden kann.
Ein Aufhebungsvertrag bietet sich vor
allem in Fällen an, in denen beide Parteien
einen Vorteil daraus ziehen können.

Eine Aufhebungsvereinbarung ist dann
sinnvoll, wenn beide Parteien einen Vorteil
daraus erzielen. Schriftlichkeit ist nicht
vorgeschrieben, doch aus Beweisgründen
empfehlenswert.

Haben Sie Fragen an Roger Siegrist?

Schreiben Sie ein E-Mail an Roger Siegrist,
Bommer+Partner Treuhandgesellschaft:
r.siegrist@bommer-partner.ch

Good Night's SleepLab

HAPPY
PROFESSIONAL

**Matratzen von HAPPY werden nach strengsten Kri-
terien im international anerkannten Institut geprüft.**

Ein Drittel seines Lebens schläft jeder Mensch – ein Ho-
telgast verbringt die längste Zeit seines Hotelaufenthalts
im Bett. Wie kann man als Hotelier sicher sein, dass die
Matratze, den optimalen Schlafkomfort bietet? HAPPY
als führender Hersteller von Matratzen und Schlafsys-
temen, verfügt über ein einzigartiges Kompetenzzentrum,
wo die Bedürfnisse der Kunden umfassend erforscht und
nach spezifischen Kriterien getestet werden. Das „Good
Night's SleepLab“ ist ein europaweit einzigartiges Test-
center für Matratzen und Bettssysteme. Alle Testverfah-
ren sind durch das unabhängige Institut AEH (Zentrum
für Arbeitsmedizin, Ergonomie und Hygiene) geprüft und
zertifiziert. Das AEH – ein Spinoff der ETH Zürich – ver-
leiht den Produkten, das Label «AEH quality approved /
certified quality».

Spannende Fakten über das Test-Verfahren zur Überprü-
fung von Ergonomie, Bettklima, Hygiene und Haltbarkeit:
• Ergonomie wird mit unterschiedlichen Druckstempeln
sichergestellt.

- Eine neue Testeinrichtung misst das Mikroklima auf
und in der Matratze: Dafür simuliert ein Dummy das
menschliche Schwitz- und Körpertemperaturverhalten
während des Schlafes.
- Um das Einschrumpfen und den Qualitätsverlust des
Bettes zu bewerten, wird die Wäsche vorgängig
vermessen und anschliessend mit 60 °C im Schonpro-
gramm gewaschen und unter Beobachtung getrocknet
- Dauerhaltbarkeitsprüfung: durch wiederholtes Belas-
ten und Bewegen des Bettsystems mit einer speziellen
Walze. Dieses Verfahren dient u.a. zur Einstufung der
Liege Härte.
- Personen aus jedem Altersbereich und mit unterschied-
lichsten Körpermassen führen nach einem vorgeschrie-
benen Verfahren Experten-Tests durch.

Haben wir Ihr Interesse geweckt und Sie möchten mehr erfahren?
Gerne zeigt Ihnen Alexandra Burkart das „Good Night's SleepLab“
und auch die Produktion in Schänis.

Sie freut sich über Ihre Kontaktaufnahme:
alexandra.burkart@hildinganders.com, Tel. +41 79 284 14 13

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

Unsere Mitglieder profitieren von starken Preferred Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/partner

ALPIQ

**AMERICAN
EXPRESS**

concardis
your payment expert

Europcar

**HAPPY
PROFESSIONAL**

IBC
INSURANCE BROKING
AND CONSULTING
LEAD YOUR FUTURE

**mirus
SOFTWARE**

rebagdata
hotel management solutions

SAVIVA
Food Services

Schwob
textiles of Switzerland

swisscom

VariForm Waschtische von Geberit

Vielseitiges Baukastensystem für Waschplätze nach Mass



Durchgängige Systemlösung im Hotelbad: Die Geberit Aufsatzwaschtische VariForm sind ein Highlight in jedem Hotelbad.

Das umfangreiche Baukastensystem mit Unterbau-, Einbau- und Aufsatzwaschtischen gibt es in einer Vielzahl von verschiedenen Grössen und Formen. Die VariForm Waschtische sind rund, eckig, oval und elliptisch gestaltet. Damit besteht unbegrenzte Gestaltungsfreiheit im Hotelbad sowie in halböffentlichen Sanitärbereichen. Mit einem schlank geformten Rand sind die Waschtische zeitlos gestaltet. VariForm Waschtische besitzen eine grosszügige Beckentiefe. Diese bietet mehr Raum und damit Waschkomfort für den Benutzer. Dank der Verwendung hochwertiger Sanitär-

keramik und der Formgebung ist die Oberfläche der Waschtische riss- und kratzfest und äusserst pflegeleicht. So bleibt der Waschtisch auch bei intensiver Nutzung langfristig ästhetisch. Mit Produkten wie Dusch-WCs, berührungslosen Armaturen, bodenebenen Duschlösungen sowie der Installationstechnik hinter der Wand bietet Geberit sowohl Bauherren als auch Projektleitern durchgängige Systemlösungen. Das bedeutet Zuverlässigkeit, Qualität und Serviceunterstützung für Sanitärprojekte.

www.geberit.ch
www.geberit-aquaclean.ch/hotellers

Hotelverkauf ist Vertrauenssache

Es gibt viele Gründe für einen privaten Hotelteilgüter, sein Hotel zu verkaufen: Die Nachfrage ist nicht geregelt oder Erbschaftsangelegenheiten stehen an etc. Familiäre Umstände oder andere persönliche und/oder wirtschaftliche Gründe zwingen oft zu teils auch unliebsamen Entscheidungen.



Ist das Hotel im Asset-Besitz institutioneller Anleger oder einer Hotelkette, sind andere Gründe massgebend: Abbau des Asset-Bestands, Umschichtung in eine andere Hotelkategorie, oder die Generierung von Kapital für ein neues Investment. Gleich unter welcher Voraussetzung ein Verkauf erfolgen soll und ob Business-, Wellness- oder Romantikhotel – stets ist es wichtig, für die Transaktion den richtigen Partner (Makler) zu finden. Dieser soll auf professioneller Basis die oft unterschiedlichsten Arten von Eigentümern mit passenden Käufern/Investoren zusammenführen sowie die teilweise komplexen Abläufe beratend und steuernd begleiten. Soll zusätzlich eine aussagefähige, fachgerechte Hotelbewertung erstellt werden, stehen kurzfristig erfahrene Partnerunternehmen zur Verfügung. Muss zusätzlich ein Betreiber

gesucht werden, wird auf ein umfangreiches Netzwerk zurückgegriffen und eine renommierte Betreibergesellschaft für Management/Pacht vorgeschlagen. Das in Fachkreisen bekannte und international agierende Immobilien-Maklerunternehmen alphaSet GmbH, Dietikon-Zürich, Tochtergesellschaft einer bekannten Facility Management Gruppe, ist auf professionelle und vertrauliche Hotel-Verkaufsbewertung spezialisiert. Im Rahmen des Unternehmensverkaufs der alphaSet GmbH an die Gruppe konnte zusätzlich auch der bisherige Firmeninhaber Manfred H. Michl gewonnen werden, seine über viele Jahre erworbenen Erfahrungen und Kenntnisse der Branche mit einbringen und als freischaffender «Global Hotel Broker» die Kunden weltweit zu betreuen.

www.alphaset-realestate.com



Authentische Materialien für das echte Wohlfühl

Altholz liegt im Trend – und richtig in Szene gesetzt entfaltet seine natürliche Oberfläche ihre volle Wirkung. Es enthüllt die Narben, die Risse, die Kerben der Vergangenheit. Es verrät uns sein Geheimnis für die Zukunft. Man will es anfassen und seine Haptik erspüren. Grossflächig gestaltete Holzoberflächen lassen dem natürlichen Charakter Raum zur wirkungsvollen Entfaltung. Den Kontrast bilden roher Schwarzstahl und glatte

Materialien. Der kühle Kontrast schafft ein modernes Wohn(woh)gefühl. Der ursprüngliche, kernige Chaletstil wird mit CERVO neu interpretiert. Eine moderne, offen gestaltete Garderoben- und Schranklösung verleiht der urigen Atmosphäre das gewisse Etwas. Stimmungs- und Bezauberungsvolle Grafiken unterstreichen die Natürlichkeit oder erzählen Geschichten, die unsere Fantasie anregen und den Erlebnisfaktor erhöhen. Das aufgesetzte Polster-

element lässt Spielraum für die Inszenierung der Markenidentität des Hauses, welche mit einer stimmigen und kuscheligen Stoff- und Materialauswahl noch abgerundet wird. CERVO steht für pure Wohlfühlatmosphäre mit hohem Designanspruch. Mit unserer neuen Designkreation wird Ihre Marke einzigartig und authentisch im Raum erlebbar.

www.baur-bwf.de

Swit bringt neue Version seines Flaggschiffs



Die Swit Solutions AG, Anbieter von Zeiterfassungs- und Personalplanungs-Systemen für den Hotel- und Gastronomiebereich, hat ihre Lösung komplett überarbeitet und bietet ihren Kunden eine Menge neue überzeugende Funktionalitäten an.

Das neue EuroTime wird dank der 64-Bit-Architektur noch leistungsfähiger, und der bestehende Desktop wurde um einen Web-Client ergänzt. Die wichtigsten Änderungen beinhalten optimierte Planungsmöglichkeiten, eine aussagekräftige grafische Darstellung von Tagesplänen, einfach zu managende Wunschsabesenzen, und mächtige Parametriermöglichkeiten. Ergänzend können alle Dienste und Absenzen einfach mit Outlook synchronisiert werden, und die erweiterte EuroTime App ermöglicht den Usern eine noch höhere Flexibilität und Mobilität.

Für Swit-Kunden fallen weiterhin keine jährlichen Lizenzgebühren an, und die Lösung wird als lokale Server-Installation oder Cloud-Lösung angeboten.

Die Swit-Crew weist über 20 Jahre Erfahrung im Hotel- und Gastronomiebereich auf und ist bestens vertraut mit den Anforderungen und Revisionen des AZG.

www.swit-ag.ch

Neue Beistellgeräte für die Schaerer Coffee Soul

Ab sofort bietet der Schweizer Kaffeemaschinenhersteller Schaerer eine noch umfangreichere Auswahl an massgeschneiderten Beistellgeräten für die Schaerer Coffee Soul an. Die neuen Beistellgeräte sind hervorragend an das Designkonzept der schmalen Coffee Soul angepasst und bieten dem Gastronomen höchste Flexibilität, seine Arbeits- und Bevorratungsprozesse auch auf kleinstem Raum bestens zu organisieren. Das Produktportfolio umfasst ein Cup & Cool System sowie Tassenwärmer in breiter wie schmaler Ausführung und eine Unterstellmilchkühleinheit mit einem Fassungsvermögen von 9,5 Litern. Cup & Cool vereint Tassenwärmer sowie Milch Kühler in einem und stellt so eine noch platzsparendere und effiziente

tere Lösung dar. Zudem sind Cup & Cool sowie die Tassenwärmer auch ein optisches Highlight: Mit integrierter Beleuchtung – wahlweise in unterschiedlichen Farben – unterstreichen sie perfekt jedes individuelle Gastronomie-Ambiente. Zum Ende des Jahres dürfen sich Schaerer Kunden über eine Innovation für die Zubereitung kalter Kaffeespezialitäten freuen: die «Hot & Cold»-Technologie für die Coffee Soul.

www.schaerer.com



Schaerer Coffee Soul mit beleuchtbaren Tassenwärmern.



gastronovi Office ist mehr als «nur» eine Kasse.

Intelligente Digitalisierung in der Gastronomie

Prozesse zusammenfassen und effizienter gestalten, Arbeitsschritte und Tools miteinander verknüpfen, Gastronomen und Kunden begeistern, Wettbewerbsvorteile generieren und Umsätze nachhaltig steigern. Das sind die Anforderungen an die Digitalisierung der Gastronomiebranche. gastronovi erleichtert Gastronomen und Hoteliers jeder Grösse mit seiner vollintegrierten Gastronomie-Lösung den Einstieg in die Digitalisierung: von Kassensystem und Tischreservierungen über Marketing oder Kalkulation bis hin der Warenwirtschaft. Die

intelligente Komplettlösung steigert die Effizienz, entlastet die Mitarbeiter, indem viele Abläufe automatisiert werden, und sorgt so dafür, dass die Gastronomie wettbewerbsfähig bleibt. Erfolgreich zum Einsatz kommt die gastronovi-Software seit vielen Jahren in renommierten Gastronomie- und Hotelbetrieben in Deutschland, Österreich und der Schweiz, u.a. im 5-Sterne-Hotel Carlton in St. Moritz und in «Strozzi's Strandhaus» in der Zürcher Gastronomie.

www.gastronovi.com

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotteleriesuisse
 Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn
 Stv. Chefredaktor: Laetitia Grandjean/lg

Redaktorinnen und Redaktoren:

Natalie-Pascalie Aliès/hpa (Verantwortliche Online/News); Laetitia Grandjean/lg; Alexandre Caldaraca (Verantwortlicher cahier français); Franziska Egli/fee; Olivier Geissbühler/og

Gudrun Schlenczek/gsg (Verantwortliche hotel gastro welten); Daniel Stampfli/dst (Verantwortlicher thema); Patrick Timmann/pt

Grafik:

Carla Barron/cbs (Verantwortliche); Natalie Siegenthaler/ns; Chantal Niklaus/cn (Praktikum)

Meinung/Leserbriefe:

Gery Nievergelt
 Sekretariat: Daniela Bosnjak (Verantwortliche); Anja Peverelli
 Korrektorat: Paul Le Grand

Milestone Tourismuspreis

Geschäftsführung: Anja Peverelli

Verlag

Leitung: Bernd Maulaz

Assistent: Alain Hännli
 Stelleninserate: Angela Di Renzo Costa
 Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Fiona Russo, Yves Golaz (Westschweiz)
 hoteljob.ch: Fiona Russo
 Druck: NZZ Media Services AG, 9001 St. Gallen

Auflage:

10 794 (VWMF/SW-Beglaubigung 2018)
 Leser: 65 000 (Studie Demoscope 2013)
 Verkaufspreise (inkl. MwSt.): Jahresabonnement Fr. 172.–
 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. 031 370 97 93

Fax 031 740 97 76; E-Mail: abo@htr.ch

Inserate: Tel. 031 370 42 42,
 Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch
 Milestone: Tel. 031 370 42 16

Newsportal

htr.ch

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

STELLENINSERATE

WWW.THEHIDEFLIMS.CH

An alle Küchenchefs,
Gouvernanten,
Chefs de Reception
und Restaurantleiter.Lust auf eine neue Herausforderung?
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
welcome@thehidehotel.ch

Eröffnung im Dezember 2018



44052-13729

THE ONYA
RESORT & SPA
****(s)Das neue unique Boutique Hotel
The ONYA RESORT & SPA ****(s) in Bellwald
(Top of Goms) auf 1650 Meter sucht:► Jüngerer Küchenchef / Stv. Direktor/in
auf Gault Millau Punkte ab
Winter 2018/19 oder 2019Anfangs 2017 eröffnete das neue Hotel THE ONYA,
direkt an der Skipiste. Dies neben dem bewährten Hotel
zur alten Gasse mit seinem 13 Gault Millau Restaurant.
Wollen Sie Teil einer Erfolgsgeschichte werden? Leider
müssen wir unsere erfolgreiche Küchenchefin im Frühling
2019 ersetzen. Sie sind initiativ, haben mit Vorteil in
einem Gault Millau Restaurant gekocht und wagen nun
den Sprung zum Chef oder sind schon Chef. Möglichkeit
im Winter an die Aufgabe mit der jetzigen Chef
herangeführt zu werden. Des weiteren suchen wir► 1 Servicemitarbeiter/in im Gault Millau
Restaurant und 1 Zimmerservice
► 1 Koch/in und ein KüchengehilfeMobile 079 334 44 04
roger@knecht-reisen.ch
www.onya.ch

44055-13741

Für nur 100.- Franken können Sie hier ein

Stelleninserat schalten

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

aletscharena.ch

Arbeiten wo andere ihre Ferien verbringen

Für unsere attraktive und moderne Alpenlodge Kühboden auf der
Fiescheralp und das Panorama-Restaurant Gletscherblick auf dem
Eggishorn suchen wir nach Vereinbarung einen

motivierten und erfahrenen Géranten (m/w)

Die Alpenlodge Kühboden wurde im Jahre 2012 komplett umgebaut
und präsentiert sich heute als attraktiver Hotel- und
Gastronomiebetrieb auf der Sonnenterrasse Fiescheralp in der
Aletsch Arena. Das Panorama-Restaurant Gletscherblick bietet eine
unvergleichliche Aussicht auf den Grossen Aletschgletscher.

Betriebsprofil

Zur Alpenlodge Kühboden gehören:

- modernes & komfortables Restaurant mit 170 Plätzen (unbedient)
- Sonnen- und Aussichtsterrasse mit 100 Plätzen
- 9 Gästezimmer
- Gruppenunterkünfte für bis zu 60 Personen mit
Aufenthaltsräumen und Küche für Selbstbewirtschaftung
- Pächterwohnung und Personalunterkünfte
- Inventar vorhanden, keine Ablöseverpflichtungen

Zum Panorama-Restaurant Gletscherblick gehören:

- authentisches Bergrestaurant mit 80 Sitzplätzen (bedient)
- Inventar vorhanden, keine Ablöseverpflichtungen

Ihr Profil

Sie sind eine motivierte, erfahrene und belastbare Führungs-
persönlichkeit mit ausgewiesener Erfahrung in der Berg-
gastronomie (Paare willkommen). Sie sind gewillt, an vorderster
Front mitzuarbeiten und ihr Team zu motivieren. Unterneh-
merisches Denken ist für Sie selbstverständlich.

Wir bieten

attraktive Bedingungen zu marktkonformen Konditionen inklusive
Wirtwohnung in einer wunderschönen Ferienregion

Ihre Bewerbung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns bitte
Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis am
14. September 2018 an folgende Adresse:ALETSCHE BAHNEN AG
Elisabeth Ulli, Leiterin HR & Gastro
Verwaltungsgebäude
3992 Bettmeralp
personal@aletschbahnen.ch

greatest glacier of the alps

44050-13737

HOTEL
MALOJA-KULM

Nach Vereinbarung suchen wir eine(n)

PÄCHTER oder DIREKTION

für unser Hotel Maloja Kulm in Maloja.

Das historische Gebäude aus dem 17. Jahrhun-
dert, mit mehreren im Originalzustand erhal-
tenen Stüvas soll nach Abschluss der sanften
Renovationsarbeiten wieder zu neuem Leben er-
weckt werden.Der Betrieb umfasst rund 15 Zimmer und Suiten,
Gasträumlichkeiten mit 120 bis 170 Sitzplätzen,
2 Seminarräume sowie einen kleinen Wellness-
bereich. Auf der gegenüberliegenden Seite befin-
det sich zusätzlich ein Bistro, mit wunderschöner
Aussicht ins Bergell.In Zusammenarbeit mit einer neuen Betriebsfüh-
rung ist die Wiedereröffnung als Alpine Lodge der
besonderen Art auf die Wintersaison 18/19 oder
nach Vereinbarung vorgesehen.Für weiterführende Informationen oder Zusen-
dung Ihrer Bewerbung wenden Sie sich an:Herr Dott. Riccardo Alberto Zavaritt
riccardo.zavaritt@gmail.com
Hotel Maloja Kulm
Strada Principale 1 | Postfach 39 | 7516 Maloja

44051-13742

Gesucht

Geschäftsführung m/w

Für Sport- und Seminarhotel
(100 Betten) im Berner Oberland,
Nähe Jungfrauregion.
Fachabschluss und sehr gute
Sprachkenntnisse erforderlich.Anfragen unter Chiffre 43962-13719 an
htr hotel revue, Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern
oder per Mail an: inserate@htr.ch

43962-13719

Wir suchen per Dezember 2018 eine/n

TeamleiterIn Restaurant
Jobcode hoteljob.ch: job4493972linth-arena sgu
Oberurnerstrasse 14, 8752 Näfels
oliver.galliker@lintharena.ch

44034-13732

Planen Sie ein neues Projekt?

Hier finden Sie den passenden Berater: www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

Professionelle Beratung für die Schweizer Hotellerie



43081-13528

STELLENINSERATE AUF HOTELJOB.CH

Direktion / Geschäftsleitung

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Leiter Operations	Active Gastro Eng GmbH	D-CH	job4502404
GeschäftsführerIn	PermServ AG	ZH	job4462482
Geschäftsführer	Chuchi Restaurant & Bierothek	BE	job4438769
Leiter/in Hotellerie (Mitglied GL)	Stiftung Alters- und Pflegeheim Nidwalden	Z-CH	job4438637
Assistenz des Managing Partners 60 - 80%	search-group.ch ag	BE	job4413600
Restaurant Manager	SV Group	BE	job4392067

Marketing / Verkauf / KV / IT

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Modeberater/-in	cv-cloud.ch	BS	job4519735
Leiter Buchhaltung 80-100%	Ibiscus Management AG	ZH	job4519668
Geschäftsführer-Assistenz	cv-cloud.ch	BS	job4511256
Digital Marketer	Adia Switzerland	ZH	job4502652
HR Coordinator/ Trainer	Swissotel Le Plaza	BS	job4502356
Hotel Contractor	STC Switzerland Travel Centre AG	ZH	job4494130
Leiter/-in Marketing	Interlaken Tourismus	BE	job4493994
Promoter (temporär)	Adia Switzerland	ZH	job4446502
Kundenberater/-in	cv-cloud.ch	BE	job4430781
Event Manager	Kongress + Kursaal Bern AG	BE	job4413731
Director of Sales	Hotel Bellevue Palace	BE	job4384870
Meeting & Event Coordinator	Hotel Astoria	LU	job4370851
Sales Manager	Radisson Blu Andermatt	D-CH	job4363909
HR Manager	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4283969
Director of Sales & Marketing	Schweizerhof Bern	BE	job4279829
Junior Sales Manager	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3781865

Beauty/Wellness/Fitness

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Aushilfe Coiffeuse/Coiffeur	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job4519881
Kosmetiker/-in 80%	Schweizerhof Bern	BE	job4446835
Teamleitung Beauty & Care	Grand Resort Bad Ragaz AG	D-CH	job3714262
Fitness-Trainer	Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa	B O	job4430629
Physiotherapist	Radisson Blu Andermatt	D-CH	job4335694
Fitnesstrainer/-instruktor	Swiss Holiday Park AG	Z-CH	job4289239
MasseurIn	Radisson Blu Andermatt	D-CH	job4274818
Kosmetiker / Masseur	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4269040
Spa Therapist / Kosmetiker	The Chedi Andermatt	Z-CH	job4249083
Coiffeur / Kosmetiker	The Chedi Andermatt	Z-CH	job4249038
Assistant Spa Manager	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4244255
Spa & Wellness Allrounder 80-100%	Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa	B O	job4220980
Ski Technician / Sports Butler	The Chedi Andermatt	Z-CH	job4172744
Masseur/-in 40 - 100%	Grand Resort Bad Ragaz AG	D-CH	job4154515
Assistant Spa Director (m/w)	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job4502775

Réception / Reservation

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Leiter Reception	SV Group	ZH	job4511498
Mitarbeiter/-in Guest Relations	Hirslanden AG	BE	job4502715
Réceptionist/-in	Adecco Human Resources AG	O-CH	job4502670
Gastgeberpersönlichkeit (Aushilfe)	Acasa Suites	ZH	job4502440
Receptionist/-in	Hotel Chesa Surlej	GR	job4494349
Receptionist/-in	Adecco Human Resources AG	O-CH	job4462723
Rezeptionist/-in	Hotel Luzernerhof AG	LU	job4284026
Spa-Réceptionist	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4283978
Front Office Agent	Radisson Blu Andermatt	D-CH	job4274873
Receptionist/-in	Hotel Kirchbühl AG	B O	job3973561
Receptionist/-in	Golf- und Sporthotel Hof Maran	GR	job3887845
Réceptionist/-in	Sunstar Hotel Grindelwald	B O	job3805391
Front Office Supervisor	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3734795
Rezeptionist/-in	Hotel Monopol Luzern	LU	job3610434
Receptionist	Swissotel Le Plaza	BS	job3270134
Praktikant Rezeption	frutt Resort AG	Z-CH	job2636883

F&B / Catering / Events

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
F & B Manager	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4216324
Seminar & Event Sales Manager	PermServ AG	Z-CH	job4462876
Event Manager	Radisson Blu Andermatt	D-CH	job4274766
F&B Secretary	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3734770
F&B Leitung	Active Gastro Eng GmbH	D-CH	job4502413

Bäcker-Konditoren

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Chef Pâtissier	Adecco Human Resources AG	O-CH	job4446648
Boulangier	Adecco Ressources Humaines SA	VD	job4446540
Chef Patissier	Romantik Hotel Wilden Mann	D-CH	job4519836
Pâtissier	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job4144903

Legende:

D-CH = Deutschschweiz
Z-CH = Zentralschweiz
O-CH = Ostschweiz
B O = Berner Oberland
O-VS = Oberwallis
U-VS = Unterwallis
CH = ganze Schweiz
INT = International

Küche

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Küchenchef Catering	Active Gastro Eng GmbH	D-CH	job4519825
Koch/ Köchin EFZ	QSTAFF	BS	job4519771
Commis de Cuisine	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4519678
Koch	Restaurant Schützenhaus Basel	BS	job4511585
Chef de Partie	SV Group	BS	job4511471
Küchenchef	Adecco Human Resources AG	BS	job4511402
Gastgeber-Dreamteam	Haus 100 AG	Z-CH	job4503112
Chef de Partie/ Demi-chef de Partie	Hotel Eden Spiez AG	B O	job4502936
Koch	Sorell Hotels	D-CH	job4502466
Sous-Chef	Ospena AG	FR	job4494550
Frühstücks Koch/ Köchin 40 - 60%	Mystarhotel AG - Sternen Muri	BE	job4494436
Chef de Partie	Hotel Belvoir	ZH	job4494391
Sous Chef	Sonne Seehotel	Z-CH	job4494230
Chef de partie	Domino Gastro AG	GR	job4493963
Sushi Koch 60 %	SV Group	ZH	job4478255
Koch / Köchin 80%	Privatklinik Hohenegg AG	ZH	job4470192
Chef de Partie	H4 Hotel Solothurn	SO/AG	job4385267
Küchenchef	Active Gastro Eng GmbH	D-CH	job4385237
Chef de Partie	H+ Hotel Zürich	ZH	job4385230
Betriebsmitarbeiter 80%	SV Group	BS	job4385164
Junior Sous Chef	H+ Hotel Zürich	ZH	job4384974
Frühstückskoch	Hotel Bellevue Palace	BE	job4384879
Commis de cuisine	Deltapark AG	BE	job3792334
Commis de cuisine	Hotel Sempachersee	Z-CH	job3675392
Tournant (m/w)	Belvédère	BE	job3582751
Chef de Partie	Hotel Wysses Rössli	Z-CH	job3544006
Koch	Hotel Kirchbühl AG	B O	job3307392

Service / Restauration

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Serviceaushilfe für Bankette	QSTAFF	BS	job4519744
Chef de service	Domino Gastro AG	GR	job4519724
Chef de Service	cv-cloud.ch	BE	job4519699
Restaurationsfachfrau 60-80%	Restaurant zum alten Stephan	SO/AG	job4494381
Servicefachkraft (w)	Hotel Bündnerhof	GR	job4494217
Teamleiter /-in	gaстро-sear.ch	BS	job4391826
Servicemitarbeiter	Bolero Restaurante	LU	job4391744
Restaurationsfachfrau/-mann	Swiss Reinsurance	ZH	job4391651
Servicefachangestellte	Coop Genossenschaft	BS	job4385191
Chef de rang	Adecco Human Resources AG	BE	job4385101
Bar-Mitarbeiter	Radisson Blu Andermatt	D-CH	job4330468
Barmitarbeiter	Kongress + Kursaal Bern AG	BE	job4283950
Chief Steward	Radisson Blu Andermatt	D-CH	job4274883
eine/n Barmitarbeiter	Hotel Spinne	B O	job4274242
Stv. Leiter/-in Restaurant	Titlis Bergbahnen, Hotels & Gastronomie	Z-CH	job4274233
Servicemitarbeiter	Hotel Krone Sarnen	Z-CH	job4269346
Commis de Rang	The Chedi Andermatt	Z-CH	job3734761
Aushilfen im Bankett-Service	Swiss-Chalet Merlischachen	Z-CH	job3522389
Service Mitarbeiter	Hotel Astoria	LU	job3214377

Hauswirtschaft

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Hotelfachmann/-frau 70 - 90%	QSTAFF	BS	job4519812
Executive Housekeeper	Radisson Blu Andermatt	Z-CH	job4511659
Officemitarbeiter - Aushilfe	Hotel Pilatus-Kulm / Pilatus-Bahnen AG	Z-CH	job4446260
Mitarbeiter/-in Hotelservice 70 - 80%	Klinik Hirslanden	ZH	job4438815
Etagenmitarbeiter/In Aushilfe	Schweizerhof Bern	BE	job4430772
Gouvernante	The Excelsior	GR	job4289186
Assistant Chief Steward	Radisson Blu Andermatt	D-CH	job4274893
Housekeeping Attendant	The Chedi Andermatt	Z-CH	job4249074
Portier	Hotel Monopol Luzern	Z-CH	job4108788
Etagenportier	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job4096382
Lehrstelle Hotelfachfrau/-mann EFZ	Hotel Kirchbühl AG	B O	job3973543
Mitarbeiter/-in Housekeeping	Seehotel Kastanienbaum AG	LU	job3567568

Pflegerbeufe

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Pflegehelfer/-in SRK	Grand Resort Bad Ragaz AG	D-CH	job4431006
Internen Patiententransport 50 %	Grand Resort Bad Ragaz AG	D-CH	job4430973
Physiotherapeut	Radisson Blu Andermatt	D-CH	job4274808

Diverses

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Landschaftsgärtner	Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa	B O	job4430658
Mediamatiker / ICT-Spezialist	Suvretta House	GR	job4392279
Assistant IT-Leiter / System Administrator	VJC-Management AG	B O	job4254753
Haustechnik	The Chedi Andermatt	Z-CH	job4249065
Allrounder	Hotel Sempachersee	Z-CH	job3675973

hoteljob.ch

DIE STELLENPLATTFORM FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS.
FINDEN SIE IHREN TRAUMJOB MIT HOTELJOB.CH!

Einfach unter hoteljob.ch den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen. Viel Erfolg bei der Suche!

STELLENINSERATE

INTERNATIONAL

WWW.THEHIDEFLIMS.CH

An alle in der Küche,
an der Reception
auf der Etage und
im Restaurant.

Habt Ihr Lust auf einen spannenden Job?
Wir freuen uns auf Deine Bewerbung.
welcome@thehidehotel.ch

Eröffnung im Dezember 2018



FLIMS - SWITZERLAND
THE HIDE
HOTEL

44051-13738

 Fritz & Felix suchen nach weiteren
New Kids on the Block!

FRITZ & FELIX
RESTAURANT KÜCHE BAR



www.oetkercollection.com/careers karriere.brenners@oetkercollection.com

Brenners Park-Hotel & Spa sucht ein
Opening Team für Service, Küche & Bar
(m/w)

BRENNERS PARK-HOTEL & SPA
BADEN-BAUTEN

OETKER COLLECTION
Management & Consulting

44060-13734

STELLENGESUCH

Wintersaison vom 20.12.18 - 20.04.2019

Servicefachangestellte

Pensiun Chesa Pool
7514 Fex
www.pensiun-chesapool.ch

44053-13740

SVIZZERA ITALIANA



**CONTINENTAL
PARKHOTEL
LUGANO**
www.continentalparkhotel.ch

Zur Ergänzung unseres Teams
bieten wir folgende Stelle an:

SERVICEFACH-Mitarbeiter/in

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

Edgar Fassbind
Via Basilea 28
CH-6900 Lugano
edgar.fassbind@continentalparkhotel.com

43713-13664

Verrückte Zeiten verlangen nach
kreativen Massnahmen

Mit «Hands on» Mentalität, frontorientiert, gastorientiert und immer mit einem Lächeln, so führte ich die mir schon anvertrauten Häuser. Operativ versiert durch meine Berufserfahrung von der Pickle auf und meinem betriebswirtschaftlichen Fachwissen, bringe ich Ihr Hotel umsatzorientiert ans Ziel. Strategisch plane ich die Zukunft des Hauses. Schwierige Betriebssituationen und Szenarien geben mir den nötigen Kick und wecken den kreativen «Hotel Guerilla» in mir, um es noch besser und noch perfekter zu machen. Führen tue ich mein Team konstruktiv, fokussiert und mit klarer Kommunikation. Ich bin 40, spreche 4 Sprachen verhandlungssicher verfüge über 1 Lehrabschluss und höhere 3 Abschlüsse im Hotelmanagement und Betriebswirtschaft und bin bereit für eine neue Herausforderung als Hoteldirektor. Ich freue mich Sie bald persönlich kennenzulernen. Kontaktaufnahme unter Chiffre 44024-13730, htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern oder per mail an: inserate@htr.ch

44024-13730

IMMOBILIEN

HESSER

Wir verkaufen-vermieten Hotels u.
Restaurants und sind die Spezialisten
für Marketing u. Betriebsanalysen
für bessere Betriebsergebnisse.

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

43809-13466

LOCARNO

zu verpachten Hotel-Betrieb,
50 Betten mit anliegendem Restaurant.
200 m vom Bahnhof, Seesicht, P.

Auskunft unter Chiffre 44026-13731
htr hotel revue, Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
oder per E-Mail an: inserate@htr.ch

44026-13731

Restaurant in Bern (Hauptbahnhof) zu verkaufen!

Direkt am Hauptbahnhof Bern, nur wenige Schritte von allen
öffentlichen Verkehrsmitteln entfernt. In 30 m Entfernung
vom Lokal strömen täglich Tausende von Menschen vorbei.

- Nettogrundfläche Lokal: 125 m², 2 Garagenplätze
- Lager/Kühlraum: 34 m²,
- Innenplätze: 40 (inklusive Bar ca. 55)
- Aussenplätze: 40
- Kontakt: Hotel & Gastro GmbH, André Gribi
- Telefon: +41 79 250 36 06



44066-13744

It's a match.

**Neu mit Matching-Funktion für Inserenten
und Stellensuchende.**

hoteljob.ch

Mehr people unter htr.ch/events

Kaffeepause mit Harry John

Der Tourismus ist eine noble Branche

Harry John, nach sechs Jahren als Direktor verlassen Sie die BE! Tourismus AG. Welche Highlights werden Ihnen bleiben und weshalb?
Der Aufbau der Firma als Start-up und der Strategieprozess mit den Destinationen waren sehr spannende und bleibende Erlebnisse. Ein gutes Gefühl ist es auch, dass der Tourismuskanton Bern nun als Einheit und starker Partner wahrgenommen wird. Zudem stimmen die Zahlen bei den Leistungsträgern mehrheitlich. Last but not least konnten wir als Team einiges am Markt bewirken und mit den Partnern zusammen die Zukunft aufleisen.

Sie verlassen die kantonale Berner Promotionsagentur, um sich beruflich neu zu orientieren. In welche Richtung zieht es Sie?

Noch ist einiges offen, und ich prüfe verschiedene Optionen. Auch eine Selbstständigkeit und Tätigkeit auf VR-Ebene sind Möglichkeiten. Die strategische Ebene sowie deren praktische Umsetzung im Team haben mich immer fasziniert, vor allem wenn man die gleichen Ideen und Werte teilt. Mit Anfang 50 sich nochmals neu zu positionieren, ist ein spannender und bereichernder Prozess. On verra la suite...

Werden Sie dem Tourismus weiterhin verbunden bleiben?

Gut möglich. Ich bin dieser Branche mit Leidenschaft verbunden, und sie hat mir enorm viel gegeben. Dafür bin ich sehr dankbar.

Sie haben einen grossen Leistungsausweis und langjährige Erfahrung als Tourismusdirektor und -experte. Was zeichnet einen sehr guten Touristiker aus?

Talente im (digitalen) Marketing und in der Kommunikation sowie ein gutes Netzwerk und Zielorientierung. Sicher auch Durchhaltewillen, Gespür und Diplomatie. Letzteres allerdings nicht im Übermass, es braucht auch klare Entscheide.

Weche drei Tipps würden Sie einem jungen, aufstrebenden Tourismusfachmann mit auf den Weg geben?
Savoir faire mit Taten. Savoir vivre mit Emotionen. Beides gepaart mit Herzblut und Leidenschaft.

Was ist das Faszinierende an Ihrem Beruf?

Die Vielseitigkeit und der Kontakt mit Menschen. Es ist eine noble Branche, und es geht ums Dienen. Die Branche trägt ja nicht von ungefähr Dienstleistung im Namen.

Wie erholen Sie sich nach einem anstrengenden Tag?

Im Fitness, auf dem Mountainbike oder ganz einfach mit Freunden und einem guten Glas Schweizer Wein.

Können Sie eine Woche ohne Handy und Internet überleben?

Können schon, aber wollen...

Wenn Sie als Gast ein Hotelzimmer betreten, worauf achten Sie am meisten?

Auf den Duft und das Licht.

Was bringt Sie auf die Palme?

Wenn das Glas halb leer ist und man nur noch von Problemen spricht.

Mit welcher historischen Person würden Sie gerne nachtessen?
Cäsar Ritz.

Welche menschlichen Werte liegen Ihnen am Herzen?
Authentizität, Humor, Grosszügigkeit.

Welche besondere Fähigkeit würden Sie gerne beherrschen – und warum?
Schlagzeug spielen, weil es eine besondere Koordination bedingt.

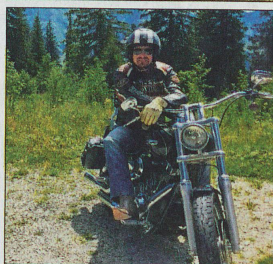
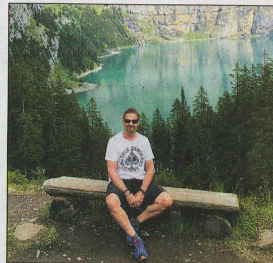
Wen bewundern Sie und warum?
Jean-Jacques Gauer. Ein feiner Mensch und leidenschaftlicher Gastgeber.

An welchen persönlichen Dingen hängen Sie besonders und weshalb?
An meiner Halskette, ein Geschenk meiner Mutter zum 20. Geburtstag.

Was wollten Sie als Kind einmal werden?
Pilot.

Welchen Jugendstreich vergessen Sie nie?
Eine Verwarnung während der Matura in Brig. Wir verpassten den Turnunterricht, weil wir gerade vom Ausgang zurückkamen...

Welches ist Ihre Lieblingsmusik-Gruppe oder Musiker und warum?
B.B. King. Ich liebe den Blues und hatte das Privileg, diese einzigartige



Am Oeschinenensee (BE) und unten auf einer Biketour mit der «Harley». Bilder zvg, Yanik Gasser

Persönlichkeit in Montreux kennenzulernen.

Was ist Ihr Lieblingsessen in einem Restaurant?
Filet mignon mit einem Glas gutem Rotwein.

Was empfinden Sie als stilllos?
Wenn Leute einem im Gespräch nicht in die Augen sehen.

Mit welcher Sportart können Sie rein gar nichts anfangen, und warum?
Baseball. Ich glaube es geht primär um Coca-Cola und Hot Dog.

In welche Rolle eines fiktiven Superhelden möchten Sie für einen Tag schlüpfen – und warum?
James Bond, alleine schon wegen des Aston Martins...

Was möchten Sie unbedingt noch erleben?
Die Route 66 auf einer Harley Davidson.

In wessen Schuhe möchten Sie einen Tag lang schlüpfen?
In die von Roger Federer. Seine Eleganz und sein Stil beeindrucken mich. Der mit Abstand beste Botschafter unseres Landes! Eine Partnerschaft mit Schweiz Tourismus wäre das i-Tüpfelchen...

npa

Sesselrücken

Badrutt's Palace Hotel mit neuem Managing Director

Der Verwaltungsrat der Badrutt's Palace Hotel AG hat **Richard Leuenberger** (Bild) zum neuen Managing Director ernannt und



Jill Carter

ihm die operative Gesamtverantwortung übertragen. Der 42-jährige gebürtige Emmentaler (BE) gehört bereits seit November 2016 als General Manager der Geschäftsleitung an. Er übernimmt die Nachfolge von **Yves Gardiol**, der seit Oktober 2016 CEO war.

Neue Leitung im «Park Inn» am Zürcher Flughafen

Seit dem 15. August leitet **Nienke Bradley** das Hotel Park Inn by



zvg

Radisson Zürich Airport als neue Operations Manager. Sie war dort bereits Events Operations & Sales Manager und interimistisch Food & Drink Manager. Die 34-Jährige übernimmt die Nachfolge von **Björn Kleijfers**, der das Unternehmen verlassen hat.

Ein Prinz am Herd des Zürcher Hotels St. Gotthard

Im Zürcher Hotel St. Gotthard kocht künftig ein waschechter Prinz. Die Besitzerfamilie Manz



zvg

holte **Moritz von Hohenzollern** an den Herd. Der 38-jährige Adlige absolvierte nach einem Jurastudium verschiedene Ausbildungen im Food-Bereich und war zuletzt als Küchenchef im «Waldhaus» in Flims tätig.

og/npa



Am Champions-League-Match «Juve» gegen Tottenham mit Partnerin Noëlle Flury in Turin.

INTELLIGENTE DIGITALISIERUNG FÜR IHRE GASTRONOMIE

KASSENSYSTEM | TISCHRESERVIERUNG | WARENWIRTSCHAFT | MARKETING

www.gastronovi.com | kontakt@gastronovi.com | +41 31 528 1685

gn
gastronovi
Office

Bürgenstock Resort in Partystimmung



Fussball-Nati-Trainer **Vladimir Petkovic** mit seiner Frau **Ljiljana**.

Gault Millau Hotel des Jahres 2019

Wann und wo 27. August im «Bürgenstock Resort Lake Lucerne» hoch über dem Vierwaldstättersee

Gäste Hoteliers und Branchenleute

Gesprächsthema Diese Aussicht! Diese Architektur!

Highlight Nebst der Auszeichnung zum «Gault Millau Hotel des Jahres 2019» erhielten gleich vier der total 12 Restaurants auf Anheb insgesamt 58 Gault-Millau-Punkte.

fee/hpa



Das im vergangenen Jahr etappenweise eröffnete «Bürgenstock Resort Lake Lucerne» zählt auf die Mitarbeit von mittlerweile rund 720 Angestellten, davon sind 95 Köche. Bilder Schweizer illustrierte/Geri Born, David Biedert



Ausgezeichnete Chefs (v.L.): **Firas El-Borji**, (Sharq Oriental), **Bertrand Charles**, (RitzCoffier), **Chatsorn Pratoomma**, (Spices Kitchen & Terrace), und **Andreas Haseloh**, (Oak Grill & Pool Patio).



Simon V. und **Gabriela Jenny** reisten vom Castello del Sole Beach Resort & Spa in Ascona auf den Bürgenberg am Vierwaldstättersee.



Ehemalige «Hotel des Jahres» (v.L.): **M. Jacob**, «The Dolder Grand» (2016), **M. R. Zanolari**, Grand Resort Bad Ragaz (2010) mit **J. und H. E. Hunkeler**, «Kulm» St. Moritz (2018).



Urs Langenegger, Park Hotel Vitznau, und **Jean-Yves Blatt**, «The Chedi» Andermatt, Gault Millau Hotel des Jahres 2018 (v.L.).



Claudia und **Eric Favre** wurden 2014 mit dem «The Alpina Gstaad» als «Hotel des Jahres» ausgezeichnet.



Robert P. Herr, General Manager, **Mike Wehrle**, Culinary Director (beide Bürgenstock Resort), **Sascha Moeri**, CEO Carl F. Bucherer, **Urs Heller**, Chefredaktor Gault Millau, **Bruno H. Schöpfer**, Managing Director Bürgenstock Selection (v.L.).



Paola Masciulli, LeCrans Hotel & Spa, Crans-Montana, **Peter Kämpfer**, ehem. Direktor Park Hotel Weggis.



A. Dell'Acqua, Journalist, mit den Luganesi Gastgeber **B. Gibellini**, Villa Principe Leopoldo und Park Hotel Principe, und **G. Rossi**, Hotel Splendide (v.L.).

Die Vereinigung diplomierter Hoteliers feierte ihren 50. Geburtstag

50-Jahre-Jubiläum VDH

Wann und wo 31. August bis 3. September in Gstaad

Gäste Rund 170 Gäste, darunter Mitglieder, NDS-Absolventen, Hoteliers, Partner und Sponsoren

Highlights Von Vertretern des Zyklus 1, welche vor 50 Jahren am damaligen Kurs «Unternehmerseminar / US» teilnahmen, bis hin zu Absolventen des aktuellsten Zyklus waren Gäste verschiedener Generationen anwesend.

og



mehr Fotos unter htr.ch/vdh



Der VDH-Vorstand (v.L.): **Verena Kern Nyberg**, **Nicoletta Müller**, **Franz Gruben** und **Roland Gasche**.



V.L.: **Claude Meier**, Direktor hotelleriesuisse, **Dieter Pfister-Garcia Barrio**, Berater, **Michael M. Müller**, Präsident VDH.

Die Stellenplattform Nummer 1 der Branche.

hoteljob.ch

Planen Sie ein neues Projekt?



Hier finden Sie den passenden Berater:
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Beraternetzwerk

ANZEIGE

chrysamed

Bettwanzen-killer

Bettwanzen sind eine Plage! Wegschauen hilft nicht!

Chrysamed-Bettwanzenspray ist DIE Massnahme gegen Bettwanzenbefall.

Chrysamed-Wertrieb Schweiz
JOKUS GmbH
CH-8500 Frauenfeld
Tel. +41 (0)52 767 28 35
E-Mail: office@chrysamed.ch
www.chrysamed.ch