

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2018)
Heft: 25

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: 20.06.2025

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

htr hotel revue

13. Dezember 2018

Nr. 25

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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus | Avec cahier français

SERVICE

STELLENANGEBOTE,
IMMOBILIEN, AUS- UND
WEITERBILDUNG

21-25



Tanja Grandits

Was hinter ihrem Buch über die einfache Küche steckt und wie sie mit Luxus und Trends umgeht.

Seite 15

Marktoffensive

Wie Nicole Loeb mit neuen Gastronomieangeboten die Kunden zu längerem Aufenthalt im Warenhaus verführen möchte.

Seite 2

Finanzhilfe

Ein neues interaktives Digital-Tool von regiosuisse gibt Orientierung im Förderinstrument-Dschungel.

Seite 4

Roundtable

Hoteliers und Zulieferer diskutierten beim htr-Tischgespräch zum Thema «Einkauf & Logistik».

Seite 18 und 19

Bündner Tourismusmarketing

Querelen um Bike-Star

Die Kooperation von Graubünden Ferien mit dem schottischen Biker Danny MacAskill sorgt für Missstimmung.

Die Wogen gehen hoch im Bündnerland. Grund ist die Verpflichtung des schottischen Bike-Influencers Danny MacAskill durch Graubünden Ferien (GRF) zu Werbezwecken. Vielen stösst sauer auf, dass nicht auf den einheimischen mehrfachen Bike-Weltmeister Nino Schurter gesetzt wird. Dieser ist nun dafür das neue Aushängeschild für die Region Lugano. Angeblich hat

Schurters Manager während fünf Jahren vergeblich versucht, seinen Schützling bei GRF unterzubringen. Eine künftige Zusammenarbeit schliesst GRF-Chef Martin Vincenz allerdings nicht aus. Von einer klar verpassten Chance spricht Jon Andrea Schacher, Experte für Sportmanagement an der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW in Chur. «Mit Nino Schurter hätte

man tolle Geschichten realisieren können.» Milder gestimmt zeigen sich die Bündner Tourismusdestinationen. Stellvertretend sagt etwa Reto Branschi, Tourismusdirektor von Davos Klosters: «Das fremde Engagement schadet Graubündens Bikeregion überhaupt nicht.» Zudem werde Nino Schurter immer als Bündner wahrgenommen. god/dst
Seite 5

Editorial

Und am Ende freuen sich die Bauern



GERY NIEVERGELT

Bundesrat In der htr-Ausgabe vom 29. November haben die offiziellen Kandidatinnen und Kandidaten für die Ersatzwahlen in den Bundesrat unsere Fragen zu ihrem Tourismusverständnis beantwortet. Nun, als Mitglieder der Kollegialbehörde werden sich sowohl Viola Amherd wie Karin Keller-Sutter ab und zu mit unserer Branche befassen müssen. Doch der neue Wirtschaftsminister und damit auch «Tourismusminister» heisst – zur allgemeinen Überraschung – Guy Parmelin. Wie hält es der ehemalige Weinbauer und neue Vorsteher des vom Dauerkonflikt zwischen Protektionismus und Freihandel geprägten Departements mit unserer standortgebundenen Exportbranche? Man wird es sehen. Vorerst einmal bestätigt sich ein offenbar in Stein gemeisseltes Gesetz eidgenössischer Politik: Was auch immer geschieht, am Ende freuen sich die Bauern.

Danke und gute Wünsche Die htr hotel revue, die Sie in Händen halten, ist die letzte in diesem Jahr – die nächste Ausgabe wird am 10. Januar 2019 erscheinen. Ich möchte mich deshalb im Namen von Redaktion und Verlag schon heute herzlich bedanken für Ihr ungebrochenes Interesse an unserer Zeitung, der Website htr.ch und dem Newsletter. Wir wünschen Ihnen und Ihren Familien von Herzen einen erfolgreichen Start in die Wintersaison, frohe Festtage, gute Gesundheit und ein rundum glückliches neues Jahr!

Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

htr.ch

Sébastien Quazzola, pâtissier GaultMillau de l'année

Offrir le Mont-Blanc pour les Fêtes



La bûche de Sébastien Quazzola au Richemond, à Genève, Page 13.

Tourisme

Un regard critique sur Charmey

Christophe Valley, directeur de Charmey Tourisme, démissionne alors que la station des Préalpes fribourgeoises se trouve en pleine crise avec ses remontées mécaniques. Dans une interview, il dresse un bilan critique: «Il faut réfléchir à un modèle économique autour de ces remontées.» lg

Page 11 et chronique en page 10

Die Lehren aus dem Hacker-Angriff auf Marriott

Vorbereitung auf den Ernstfall

Cyber-Kriminelle haben sich vier Jahre lang an den Gästedaten der Marriott-Tochter Starwood gütlich getan. Dass die Hotelgruppe bei der IT-Sicherheit gescheitert hat, glauben Schweizer Cyber-Experten trotzdem nicht. Sie sind sich einig: Absolute Sicherheit gibt es nicht, treffen kann es jeden, jederzeit. Eine minutiöse Worst-Case-Vor-

bereitung sei deshalb auch für Hoteliers unverzichtbar.

Eine mögliche Folge von Hacker-Angriffen sind Schäden der Reputation. Schweizer Versicherer bieten hier teilweise Hand. Eine Absicherung gegen Umsatzausfälle, weil die Gäste das Vertrauen verloren haben, ist allerdings noch kaum Usus. pt
Seite 7

Serviced Apartment

Der Trend zu kleinen Einheiten

Selbst voll ausgestattete Serviced Apartments müssen nicht grösser als ein Hotelzimmer sein: SV Hotel hat eines mit 20 m² lanciert, und es soll noch kleiner werden. Hohe Immobilienpreise und steigende Nachfrage verlangen nach neuen Konzepten mit wenig Flächenbedarf und viel Community.gsg
Seite 17

Inhalt

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

ANZEIGE

german brand award 2018
BAUR
WOHNFASZINATION SEIT 1882
BAUR WOHNFASZINATION GMBH
T +49 (0) 7755 93 93-0
WWW.BAUR-BWF.DE

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

HOREGO
Der Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Home, Spätkauf und Ausbildungsbetrieben
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.

BADAG GmbH
Alles für Ihr Bad...
GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

WINKLERWEINE.CH
Ankauf von Spitzenweinen
Online-Shop
Online-Auktionen
JETZT OFFERTE ANFORDERN
Ladenlokal Winklerweine Muri/AG
Tel. 056 664 27 83

illycafé in Kapseln
www.illycafe.ch



Nicole Loeb vor dem gleichnamigen Warenhaus in Bern, das zur Loeb-Gruppe gehört, welche sie in fünfter Generation führt.

Chantal Niklaus

Mit Gastronomie mehr Kunden in die Warenhäuser locken

Nicole Loeb, Chefin der Loeb-Gruppe, zum Weihnachtsgeschäft, dem Umsatz mit Touristen und dem Ausbau der Gastronomie als Reaktion auf den wachsenden Online-Handel.

DANIEL STAMPFU

Nicole Loeb, haben Sie Ihre Weihnachtsgeschenke schon eingekauft? (schmunzelt) Teilweise. Wenn ich zwischendurch einmal eine gute Geschenkidee habe, schlage ich gleich zu. Ich muss immer etwas vorausplanen, denn je intensiver das Weihnachtsgeschäft wird, desto weniger Zeit habe ich für meine privaten Angelegenheiten.

Sicher kaufen Sie nur in Ihrem eigenen Geschäft ein?

Selbstverständlich, sofern wir das Produkt in unserem Sortiment führen. Sonst muss ich auf andere Geschäfte ausweichen. Dies betrifft aber nicht Weihnachtsgeschenke, sondern zum Beispiel spezielle Elektroartikel.

Wie ist der Weihnachtsverkauf angelaufen?

Der Markt ist nach wie vor hart umkämpft, dies betrifft auch das Weihnachtsgeschäft. Wir stellen fest, dass sich dieses immer kurzfristiger entwickelt. Dies im Unterschied zu früher, als der Weihnachtsverkauf bereits im Oktober begann. Mit den heute zur Verfügung stehenden Online-Kanälen können sich die Konsumenten vorinformieren und einkaufen, ohne sich in die Läden begeben zu müssen. Die Folge davon ist, dass wir jetzt noch nicht in der Lage sind zu beurteilen, ob es

dieses Jahr ein gutes oder ein weniger gutes Weihnachtsgeschäft wird.

Am 11. November wurde der aus China stammende Singles' Day zelebriert. Dann folgte der Black Friday aus den USA und kurz darauf der Cyber Monday. Für Sie sicher ein Bombengeschäft?

Wir machen beim Black Friday bewusst nicht mit. Im Gegenzug führen wir für unsere Stammkunden mit einer Loeb-Karte spezielle Angebotstage durch. Dies sind jeweils ausserordentlich umsatzstarke Tage. Die Letzten fanden in der ersten Novemberhälfte statt. Deshalb müssen wir am Black Friday nicht mit von der Partie sein.

Also halten Sie nicht viel von Rabatt-Tagen wie etwa dem Black Friday?

Nein, so absolut würde ich es nicht sagen. Die Schwierigkeit besteht jedoch darin, den Kunden zu «erziehen». Gewährt man ihm kurz vor Weihnachten 30 Prozent, gewöhnt er sich daran, dass er die Geschenke mit Rabatt kaufen kann. Doch es ist eine Gratwanderung. Denn einerseits brauchen wir den Umsatz, andererseits aber auch die Margen.

Finden auch ausländische Touristen in der Vorweihnachtszeit den Weg in die Berner Geschäfte?

Wir stellen auch bei uns fest, dass immer mehr Touristen nach Bern kommen. Stärker als die Vorweihnachtszeit ist für uns diesbezüglich sicher das Sommer- und Herbstgeschäft.

Welche Produkte werden am stärksten nachgefragt?

Sehr wichtig sind für ausländische Reisende Produkte, welche den Namen Swiss oder das Schweizer Kreuz als Symbol für Swissness tragen. Dazu gehören etwa Sackmesser und Reisegepäck aus schweizerischer Produktion. Beliebte Mitbringsel sind auch Schokolade, kleine geschnitzte Holzkühe und natürlich

Uhren der Marken Swatch und Swiss Army Watch von Victorinox. Interessant ist, dass für diese Kundengruppe der Produktionsort wichtig ist. Ein Produkt, welches die Bezeichnung Swiss trägt, aber in China hergestellt wird, findet keinen Anklang. Dies setzt aber voraus, dass man ihnen bezüglich Qualität mehr erklären muss. Wenn man ihnen plausibel machen kann, dass das Produkt zwar durch eine Firma im Ausland hergestellt wird, diese aber unter schweizerischem Management steht, sind sie beruhigt.

In Gehdistanz zu Ihrem Hauptgeschäft betreiben Sie eine MAGGS-Filiale mit einem völlig anderen Sortiment. Verirren sich auch Touristen dahin?

Auf besonderen Zuspruch stossen die Cupcakes, welche ein Mietpartner anbietet. Da diese Mini-Küchlein auf der ganzen Welt bekannt sind, fungiert dieses Angebot als eine Art Magnet, um die Leute – auch Touristen – in den Laden zu bringen. Dieser Concept Store bietet mit Wohnaccessoires, Kleidern und Gadgets ein Angebot, welches nicht in jeder Stadt anzutreffen ist. Genau diese Exklusivität schätzen die Touristen.

Die Sonntagsverkaufs-Regelung wird in Bern sehr restriktiv gehandhabt. Würden Sie eine Liberalisierung begrüssen?

Jeden Sonntag offen zu haben, wie es in der Berner Altstadt als Tourismuszone möglich ist, würde für unser Geschäft keinen Sinn machen. Aber in der Vorweihnachtszeit wünsche ich mir mehr Verkaufssonntage als die zwei, die aktuell erlaubt sind. Gewisse Regelungen entsprechen in keiner Weise den heutigen Kundenbedürfnissen. Wenn wir etwa am Samstag um 17 Uhr schliessen müssen, ist der Laden noch voller Kunden. Ideal wäre, bis um 18 oder 19 Uhr öffnen zu

dürfen. Ich wünsche mir generell eine Liberalisierung und weniger Vorschriften. Denn ich habe ein liberales Herz.

In Basel hat die Bevölkerung kürzlich längere Ladenöffnungszeiten bis 20 Uhr an Samstagen und vor Feiertagen abgelehnt.

Ich bedaure einen derartigen Entscheid sehr. Zur Ablehnung solcher Vorlagen an der Urne tragen sicher

«Ausländische Reisende schätzen Produkte mit dem Namen Swiss oder dem Schweizer Kreuz.»

auch die Bedenken der Arbeitnehmervertreter bei, dass damit mehr gearbeitet werden müsste. Dies wäre aber mit dem Schichtbetrieb nicht der Fall. Hinzu kommt, dass es immer Mitarbeiterinnen gibt, die gerne am Wochenende arbeiten würden, wenn etwa der Ehemann sich zu Hause um die Kinder kümmern kann.

Manor hat angekündigt, nächstes Jahr in Bern ein grosses Warenhaus zu eröffnen. Fürchten Sie sich vor dieser neuen Konkurrenz?

Nein. Für die Stadt Bern erachte ich dies sogar als sehr gut. Denn je attraktiver eine Stadt ist, desto mehr

Frequenzen kann sie generieren. Ich bin daran interessiert, dass wir gute und starke Detailhändler haben. Manor ist bezüglich Sortiment nicht eins zu eins mit uns vergleichbar, sondern ist etwas anders positioniert. Klar gibt es Bereiche, in welchen wir uns überschneiden werden. Wir müssen es einfach besser machen. Die gleiche Situation haben wir bereits in Biel und Thun. Wir waren als Erste in diesen Städten präsent, und später eröffnete Manor Geschäftslöcher. Zu Beginn spürte man es ein wenig, danach spielte sich dies wieder ein.

Mehr Sorgen bereitet Ihnen wohl der stetig wachsende Online-Handel.

Bezüglich Preistransparenz stellen die Online-Angebote eine sehr grosse Konkurrenz dar. Dies müssen wir sehr ernst nehmen. Und es ist unbestritten, dass das stationäre Geschäft schrumpft. Deshalb sind das Beobachten des Online-Geschäfts und der Versuch, dies zu kompensieren, ganz klar eines der grösseren Themen unserer Branche. Jüngere Kunden, die mit dem Online-Einkauf aufwachsen, kennen nichts Anderes. Dies ist ein Fakt. Deshalb auch hier: Wir als Detailhändler müssen es besser machen als wir es bisher getan haben.

Was heisst dies konkret?

Wir müssen neue Konzepte lancieren und besondere Attraktivitäten und Erlebnisse bieten, die man im Online-Handel nicht findet. Im Zentrum stehen dabei die Mitarbeitenden, die in der Lage sind, bei den Kunden für Emotionen und Begeisterung zu sorgen. Wichtig sind die entsprechende Schulung und die Förderung des Service-Gedankens.

Bitte noch einmal: etwas konkreter.

Um künftig attraktiver zu werden, ist Gastronomie bei uns ein grosses Thema. Im Moment bauen wir das Warenhaus Loeb in Bern um. Nach Abschluss der Umbauarbeiten im Herbst 2019 werden wir auf jeder Etage unseren Kunden ein Gastro-Angebot bieten können. Damit soll die Verweildauer der Kunden im Laden gesteigert werden. Auf der vierten Etage haben wir bereits eine Event-Küche eingebaut, die wir regelmässig bespielen. Wir führen zum Beispiel Kochkurse mit Urs Hauri oder Backkurse durch. Kürzlich fand ein indischer Kochkurs statt. Auch haben wir zwischenzeitlich ein Konzept zum Thema Schweden in Zusammenarbeit mit der schwedischen Botschaft umgesetzt. Um die einzelnen Stockwerke zu beleben, haben wir eine Event-Managerin verpflichtet.

Sind auch ganz trendige Gastro-Angebote vorgesehen, um das junge Publikum ins Geschäft zu holen?

Ganz Junge zählen eigentlich nicht zu unserer Hauptzielgruppe. Bis zur Pubertät kommen sie mit den Eltern in den Laden, etwa in die Spielwarenabteilung. Danach besuchen sie lieber ihre eigenen «jungen» Läden. Im Alter von rund 25 Jahren kommen sie wieder zurück. Mit unserem Gastro-partner «Energy Kitchen» sprechen wir dieses gesundheitsbewusste Kundensegment an. Angeboten werden etwa Smoothies, Säfte und Cold-Brew-Kaffee. Ein anderes Kundenbindungs-Instrument für Jüngere ist der neu eröffnete Kinderhort. Es braucht sehr viel Kreativität, um Neues zu lancieren, welches das Internet nicht bieten kann. Was heute sicher nicht mehr funktioniert, ist einfach nur Ware hinzustellen.

Zur Person In fünfter Generation an der Spitze einer kleinen Detailhandelsgruppe

Nicole Loeb (51) leitet seit 2005 das gleichnamige Warenhaus-Unternehmen in fünfter Generation. Sie ist sowohl Delegierte des Verwaltungsrats der Loeb Holding als auch Verwaltungsrats-Präsidentin der Loeb AG. Sie stieg 1999 ins Familienunternehmen ein, damals als Bereichsleiterin Mode. Nicole Loeb wurde in Kanada geboren und zügelte mit ihrer Familie zuerst nach Zürich. Im Alter von neun Jahren fand der Wechsel nach Bern statt. Nach ihrer Ausbildung folgten Wanderjahre in New York (Metropolitan Museum of Art Shops) und Düsseldorf (Peek &

Cluppenburg). Nicole Loeb ist Vorstandsmitglied der Swiss Retail Federation, des Handels- und Industrievereins der Stadt Bern. Sie ist verheiratet und Mutter von zwei Kindern.

Das Detailhandelsunternehmen Loeb hat seine Wurzeln in einer kleinen Textilhandlung, welche die vier Brüder Julius, Louis, David und Eduard Loeb im Jahr 1881 an der Spitalgasse 32 in Bern gegründet haben. Heute gehören zur Loeb-Gruppe drei Warenhäuser in Bern, Biel und Thun sowie sechs Marken-Stores und drei MAGGS-Concept-Stores. dst

Die Statistik verschleiern den Fachkräftemangel

Gemäss Forschung hat das Gastgewerbe sogar einen Mitarbeiterüberschuss. Die ungenaue Datenlage muss korrigiert werden.

Kommentar von Ueli Schneider

Im Spätherbst wird alljährlich der Adecco-Fachkräftemangel-Index Schweiz veröffentlicht, welcher in Zusammenarbeit mit dem soziologischen Institut der Universität Zürich erstellt wird. Die Aussage, die zur Situation in unserer Branche gemacht wird, lässt sich stets vorhersagen: Das Gastgewerbe kennt keinen Fachkräftemangel. Im Gegenteil, es gibt – das sagen uns auch die Politiker – so viele Stellensuchende, dass der bürokratische Inländervorrang Not tat.

Wenn da etwa bei der Gratiszeitung 20 Minuten stand, dass der Trend im Gastgewerbe hin zu deutlich mehr Stellensuchenden gehe, dann dürften sich nicht wenige Leserinnen und Leser aus der Hotellerie verwundert die Augen gerieben haben. Wo denn

diese Fachkräfte wohl abgeblieben sind, wird man sich gerade in städtischen Gebieten und in vielen alpinen Regionen gefragt haben. Dort nämlich suchen Hotels händierend nach qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Und auch das Sorgenbarometer, das hotellerieuisse mehrmals pro Jahr bei seinen Mitgliedern erhebt, zeigt das Thema Fachkräftemangel seit längerer Zeit ununterbrochen in den Top drei.

Was nun also ist der Grund, dass hier offensichtlich wissenschaftliche Studie und erlebte Realität derart auseinanderklaffen? Jammert die Branche auf hohem Niveau, wie uns immer wieder vorgehalten wird? Weit gefehlt! Das Problem ist einmal mehr,

dass der Teufel halt eben doch im Detail steckt. Es gibt zwei wichtige Gründe, weshalb der Fachkräftemangel-Index als verlässliche, aussagekräftige Studie zum effektiven Fachkräftemangel in unserer Branche nicht taugt. Dabei ist nur einer der beiden Gründe von den Forschern selbst verschuldet. Der andere ist auf eine unzureichende Datenbasis zurückzuführen. Doch der Reihe nach.

Die Forscherinnen der Uni Zürich nehmen zur Darlegung des Fachkräftemangel-Index eine für das Image unserer Branche fatale Abkürzung: Sie fassen die Mitarbeiter/-innen eines gastgewerblichen Betriebs in Kategorien zusammen, die viel zu weit gefasst sind. Beispiel Küche: Der Casserolier wird derselben Gruppe zugeordnet wie der Küchenchef. Mitarbeitende werden also der Kategorie «Küchenpersonal» zugeordnet, egal, welche Funktion sie innerhalb des Bereiches übernehmen. Und da Hilfspersonal in den allermeisten Gegenden unseres Landes in genügender Anzahl vorhanden ist, entsteht die erste Verzerrung des Fachkräftemangel-Index. Der gleiche Mechanismus wurde im Übrigen angesetzt, als von der Politik die meldepflichtigen Berufsgruppen beim Inländervorrang festgelegt wurden.

Die zweite Verzerrung entsteht durch die Codierung der Berufsbezeichnungen durch das Bundesamt für Statistik BFS. Codierung ist ein Arbeitsschritt bei der Erstellung einer Statistik, indem die Berufsbezeichnungen der Stellensuchenden den aufzuzei-

genden Kategorien zugeteilt werden. So wird der Réceptionniste der Kategorie Empfangspersonal zugeteilt, die Gouvernante der Kategorie Hauswirtschaft und so weiter. Aus einer anderen Studie, die wir für unsere Zwecke auf Basis der BFS-Zahlen machen liessen, wissen wir, dass hier – wohl mangels ausreichender Kenntnis unserer Branche – signifikante Fehler gemacht wurden. So ist beispielsweise der Hotelfachmann, also ein ausgebildeter Mitarbeiter im Housekeeping, von denen pro Jahr über 300 Personen auf den Arbeitsmarkt kommen, der Kategorie Unternehmensführung zugeteilt. So entstehen Verzerrungen ungeahnten Ausmasses, und es zeigt sich einmal mehr, dass jede Statistik kritisch betrachtet werden muss.

Eine Korrektur der Datenbasis und der Auswertungsmethodik tut folglich Not. In der Öffentlichkeit wird ein Image zementiert, das gerade den jungen Berufseinsteiger/-innen nur eine Botschaft sendet: Bleibt bloss von dieser Branche fern! Hotellerieuisse wird im Rahmen der strategischen Initiative «Future Hospitality» im kommenden Jahr unter anderem Massnahmen aufsetzen, die Zahlen und Fakten in den Fokus nehmen.

Ueli Schneider ist Mitglied der Geschäftsleitung von hotellerieuisse

blickfang

Riesen-Postkarte als Statement

Sie ist 2500 Quadratmeter gross und Guinness-Weltrekord: die Postkarte, die auf dem Aletschgletscher ausgelegt wurde. Sie setzt sich aus 125 000 Postkarten mit Klimaversprechen und Klimabotschaften von Kindern und Jugendlichen aus über 35 Ländern zusammen. Hinter der Aktion steht das DEZA mit der Aktion «Stoppt den Klimawandel bei 1,5 Grad». Aus der Riesen-Postkarte wird nun eine reguläre gedruckte, die an die Teilnehmer der nächsten globalen Klimakonferenz in Polen gesendet wird.

Foto Keystone/Valentin Flauraud



Politique et digression

Le dîner politique d'hotellerieuisse permet un brin d'érudition hors sujet. Florilège de conversations débridées et personnelles.

Alexandre Caldara

Le dîner politique organisé lundi soir par hotellerieuisse offre de jolis regards en coin. Au terme du discours d'Andreas Züllig, président de l'association, portant sur les priorités 2019, notamment le renforcement des écoles supérieures, jaillit un jeune chef du Bellevue Palace, de Berne. Avec courage et simplicité, il explique remplacer au pied levé le chef Gregor Zimmermann trop occupé en cuisine. Il dit quelques mots d'une salade de betterave au thym citron. A notre table une conversation s'installe sur le Papiliorama, de Chiètres, avec le conseiller aux Etats Hans Stöckli (PS/BE). Je laisse sonner le nom de Caspar Bijlveland son directeur et parle de ses vertus de contrebassiste. Hans Stöckli demande: «Et vous vous jouez quel instrument?». Je bafouille que je ne joue pas vraiment que j'écris de la poésie en résonance avec du son. L'œil vif il évoque alors Carl Spitteler, le Suisse prix Nobel de littérature

1919, et ses beaux écrits sur les papillons. Que je ne connais pas. Mais je complète à ma manière avec ceux de Vladimir Nabokov sur les papillons calligraphiés dans une suite du Mon-

teux Palace. On semblait très loin de notre sujet puis soudain un hôtel réapparaît.

Claude Meier, directeur d'hotellerieuisse, prend la parole, il choisit aussi un chemin de traverse littéraire en évoquant Hans Christian Andersen et sa phrase «Voyager c'est vivre». Puis rebondit sur l'apparition du jeune chef cuisinier de tout à l'heure: «C'est l'honneur de cette profession de continuer à pouvoir former des personnes avec un tel enthousiasme.» On revient à notre table. Le président du conseil na-

tional Dominique de Buman (PDC/FR) se lance dans une digression humoristique mystérieuse: «Vous savez pourquoi on n'interdira jamais le foie gras en Suisse? Parce qu'on adore gaver les gens de théories...» On lui demande alors ce qui serait le contraire du gavage: «Le sevrage, terrible aussi...»

On aime bien la complicité douce qui se dégage entre Hans Stöckli et Dominique de Buman au moment de faire santé. Deux parlementaires engagés viscéralement pour le tourisme, mais qui n'hésitent pas à exprimer une sensibilité personnelle, comme Claude Meier aussi ce soir-là. Alors oui, les thèmes politiques brûlants comme la liberté tarifaire pour les réservations en ligne doivent être débattus avec sérieux. Mais un brin d'érudition hors sujet permet aussi de se détendre et d'affronter les sujets complexes. Après tout, le blog de la conseillère nationale Jacqueline Badran (PS/ZH), aussi présente lors de l'événement, se propose d'évoquer la politique et les pingouins. Un slogan qui fleurit bon l'absurdité. Même si elle s'engage réellement pour la survie des pingouins des Galapagos.

Les papillons et les pingouins enrichissent à leur façon les débats touristiques.

Voir aussi en page 28



Andreas Züllig, président d'hotellerieuisse et Urs Zimmermann, membre du comité exécutif pendant l'apéritif.

Chantal Niklaus

Aufgefallen



Weihnachtsgeschäft: Wem nichts mehr einfällt, serviert Fondue.

Wie sinnentleert die Weihnachtszeit mittlerweile ist, zeigt sich aufs Grausigste beim kulinarischen Angebot. Nicht nur auf den unzähligen Weihnachtsmärkten, sondern an allen Ecken der Städte gibt's Glühwein, und in den Gassen und lieblos gezimmerten Fondue-Stüblis stinken die Caquelons vor sich hin. Nichts gegen ein gutes Fondue, aber die Käseschwemme drückt mächtig aufs Niveau. Ein Beispiel aus Zürich. Waren das noch Zeiten, als TV-Moderator Rainer Maria Salzgeber mit seinem farnosen «Baracca Zermatt» und würzigem Walliser Fondue beim Sorell Hotel Zürichberg eine ganze Stadt begeisterte. Heute steht dort ein Nullachtfünfzehn-Chalet, das überforderte Personal serviert faden Käse und pampiges Brot. Auch hier nur noch Massenabfertigung. Schaurig.

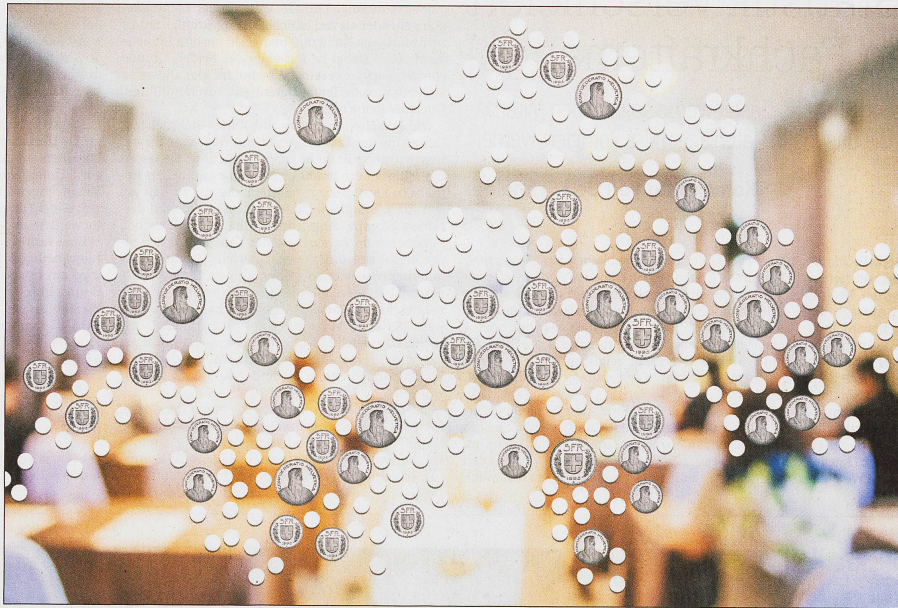
gn

Das Geld wäre da, aber nur wenige nutzen es. Die touristischen Förderinstrumente führen noch weitgehend ein Schattendasein. Ein interaktives Tool soll dies nun ändern.

PATRICK TIMMANN

Ganze 14 Prozent. So gross – oder so gering – ist gemäss einer aktuellen Mitgliederbefragung von hoteliersuisse der Anteil der Hoteliers, denen das Förderinstrument Neue Regionalpolitik (NRP) des Bundes ein Begriff ist. Mit 16 Prozent kaum bekannter ist das Förderprogramm Innoutour des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco). Immerhin ein knappes Drittel (32 Prozent) der Befragten hat schon mal etwas von der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) gehört. Angesichts der Tatsache, dass die SGH Kredite namentlich für Beherbergungsbetriebe zur Verfügung stellt, ist allerdings auch dieser Wert tief.

Geht es nach der Netzwerkstelle für Regionalentwicklung Regionalsuisse, dürfte sich dies bald ändern. Ein neues Digital-Tool bietet neu eine interaktive Übersicht über die verschiedenen nationalen Förderinstrumente – darunter auch die drei genannten touristischen (siehe unten). «Das Tool ist spielerisch und interaktiv, sodass es Spass macht, mit dem Tool zu arbeiten oder darin zu stöbern»,



Gesuchsteller, Standort, Reichweite – bei der Finanzierung von Projekten werden verschiedene Kriterien berücksichtigt. iStock/zvg/Montage htr

Förderinstrumente: Ein Tool gibt Durchblick

ANZEIGE

hotelbildung.ch
hoteliersuisse



Herzliche Gratulation!

Dipl. Hôtelière-Restauratrice/Hôtelier-Restaurateur HF der
Swiss School of Tourism and Hospitality in Passugg
Diplomfeier vom 6. Dezember 2018

Hinten von links nach rechts:
Demian Gürlér (Weinfelden, TG)
Andrin Jäggi (Rechterswil, SO)
Michael Baumgartner (Langnau i.E.)
Luca Kälin (Zürich)
Sandro Pucher (Gams, SG)
Marina Lozza
(Disentis und Marmorera, GR)
Edi Sobrinho Magalhães (Portugal)

Vorne von links nach rechts:
Nataliya Micheva (Trojan, Bulgarien)
Alexandra Abrantes (Winterthur, ZH)
Maddalena Garaventa
(Küssnacht am Rigi, SZ)
Xenia Marchesini (Blenio, TI)
Olivia Steiner (Benken, SG)
Andrea Rupp (Uetikon, ZH)

Auf dem Foto fehlen:
Karin Lühninger (Schleien, GR)
Jiang Yuqu (China)

hoteliersuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
CH-3001 Bern
Telefon +41 31 370 41 11
Telefax +41 31 370 44 44
bildung@hoteliersuisse.ch
www.hotelbildung.ch

Swiss School
of Tourism and Hospitality
A MEMBER OF ECOLE HÔTELIÈRE DE LANGNAU

hoteliersuisse
Swiss Hotel Association

ist Regiosuisse-Webredakteurin Sarah Fux überzeugt. Lob gibt es auch vom Seco. Dort erhofft man sich eine Erleichterung für die Nutzer von Förderinstrumenten und sieht in dem Tool einen ersten Schritt in Richtung der langfristigen Vision eines «One-Stop-Shops», wie es aus Seco-Führungskreisen heisst.

NRP, Innoutour, SGH: Genügend Mittel vorhanden

Angesichts der geringen Bekanntheit der Förderinstrumente überrascht es nicht, dass viele Gelder aus der laufenden Förderperiode noch ungenutzt sind. Allein im Rahmen der NRP stehen 2016 bis 2019 insgesamt 27 Millionen Franken A-fonds-perdu-Beiträge sowie 113 Millionen Franken für Darlehen für Tourismusprojekte zur Verfügung. Wie viel davon noch verfügbar ist, könne zwar nicht genau beziffert werden, da der Anteil der bisher an Projekte definitiv zugesicherten Mittel von Kanton zu Kanton unterschiedlich ist, so Seco-Sprecher Fabian Maiefisch. Es seien aber auf jeden Fall noch genügend Mittel

vorhanden. Hinzu kommen die Gelder, die im Rahmen der NRP für das Impulsprogramm Tourismus 2016-2019 gesprochen wurden. Die Summe der noch nicht von den Kantonen beanspruchten Mitteln beträgt 17 Millionen Franken A-fonds-perdu-Beiträge und rund 55 Millionen Franken Darlehen. Bei Innoutour sind für die Förderperiode 2016-2019 aktuell noch rund 4 Millionen Franken nicht ausgeschöpft (Stand Oktober). Auch bei der SGH herrscht keine Geldknappheit: «Es stehen ausreichend Mittel zur Verfügung», bestätigt Direktor Philippe Pasche.

NRP-Projekte müssen Mehrwert für die ganze Destination bringen

Geld für innovative Projekte gibt es offenbar genug – warum sind die Förderinstrumente trotzdem noch so unbekannt? Der Walliser CVP-Nationalrat und Di-

rektor der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB, Thomas Egger, zeigt sich angesichts der Umfrageergebnisse erstaunt. «Der sehr tiefe Bekanntheitsgrad der NRP und von Innoutour überrascht mich sehr. Denn hier stehen zwei Instrumente zur Verfügung, welche der Tourismusbranche helfen können, sich neu zu positionieren und neue Angebote zu entwickeln.» Weniger überrascht ist dagegen Pasche: «Das Problem ist nicht tourismusspezifisch. Das hört man auch aus anderen Branchen immer wieder.» Die Ergebnisse der Umfrage relativiert er aber zum Teil. «Wir stellen fest, dass die SGH in Kantonen mit aktiver Hotelförderung aktiv genutzt wird.» Ausserdem verwiesen die Banken bei Kreditanfragen von Beherbergungsbetrieben meistens auch auf die SGH, sodass die Kunden oft auf diesem Weg mit der SGH in Kontakt kämen.

Was die geringe Bekanntheit der NRP angeht, hat Seco-Sprecher Maiefisch eine eigene Erklärung: «Die Mitglieder von hoteliersuisse gehören nicht zur primären Zielgruppe der NRP. Es erstaunt deshalb nicht, dass die befragten Mitglieder dieses Förderinstrument des Bundes grösstenteils nicht kennen. Die Bereiche Gastronomie und Beherbergung eines Hotels sind bei der NRP von einer Förderung ausgeschlossen. Eine Ausnahme bilden wertschöpfungsorientierte Infrastrukturen von hoher regionalwirtschaftlicher Bedeutung, die im Rahmen eines Hotelprojekts erstellt oder erneuert werden.» So gebe es beispielsweise für Wellness-Anlagen, Seminar- oder Kongressinfrastrukturen, Hallenbäder oder Curlinghallen zinslose Darlehen. Diese Anlagen müssten jedoch für die Destination ein zusätzliches Angebot darstellen und allen Gästen der Destination zur Verfügung stehen. «Das Potenzial, eine solche Infrastruktur zu bauen und zu betreiben, besteht erfahrungsgemäss in erster Linie bei grösseren Hotelbetrieben», so Maiefisch.

«Selbst für Fachleute ist es schwer, die Instrumente auseinanderzuhalten.»

Markus Schmid
Präsident Walliser Hotelier-Vereins

es selbst für Fachleute eher schwierig, die verschiedenen Förderinstrumente auseinanderzuhalten, alle Möglichkeiten zu kennen und am Schluss die Projekte gemäss den verschiedenen Anforderungen zu formulieren. Gerade hier könnte das Regiosuisse-Tool Abhilfe schaffen. Vorsichtig optimistisch ist auch SGH-Direktor Pasche: «Es ist ein Dauerauftrag, uns bekannt zu machen. Gute Projekte finden heute meistens eine Finanzierung.»

Interaktiv Gesucht, gefunden

Das neue Regiosuisse-Tool «Finanzhilfen für die Regionalentwicklung» gibt Nutzern einen schnellen Überblick darüber, welche Finanzierungen für eine Projektidee infrage kommen. «Das Tool bietet Unterstützung für Personen im Terrain, die für die Realisierung ihrer Ideen ein Förderprogramm suchen», erklärt Sarah Fux, verantwortlich für die Projektkommunikation bei Regiosuisse. «Damit sind insbesondere potenzielle Projektträger der Regionalentwicklung (Unternehmen, Organisationen, Regionen, Gemeinden, Kantone, oder Privatpersonen) gemeint», ergänzt Fux. Gelistet sind aktuell 24 Förderprogramme des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) sowie der Bundesämter für Raumentwick-

lung (ARE), Landwirtschaft (BLW), Umwelt (BAFU) und Energie (BFE). Der Clou: Das Instrument lässt potenzielle Projektträger nach fünf Kriterien filtern (Projekttyp, Begünstigte, geografische Region, Thema und Unterstützungsart), sodass eine zeitaufwendige Einzelevaluation aller Förderinstrumente entfällt. Sucht man beispielsweise nach einem Kreditgeber für ein touristisches Bauprojekt auf (Berg-)Gemeindeebene, werden einem am Ende lediglich zwei geeignete Instrumente angezeigt (Neue Regionalpolitik NRP und Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH), zu denen man sich mit einem Klick informieren kann. Wer anschliessend im Sinne eines «One-Stop-Shops» ein Unterstützungs-

gesuch direkt über das Tool erstellen möchte, sucht eine entsprechende Funktion aber vergeblich. «Dies ist momentan nicht das Ziel, denn die meisten Finanzhilfen haben umfangreiche Websites», begründet Sarah Fux die fehlende Funktion. Zunächst gehe es nun darum, weitere Finanzhilfen in das Tool zu integrieren.

SGH-Direktor Philippe Pasche begrüsst das neue Tool auf Anfrage. «Ein interessantes Tool, vor allem wenn es weiter ausgebaut wird und neben den nationalen auch noch die kantonalen und privaten Förderinstrumente miteinschliesst.»

Digital-Tool zu den Finanzhilfen:
Regiosuisse.ch/finanzhilfen-fuer-die-regionalentwicklung

Graubünden Ferien im Kreuzfeuer



Graubünden Ferien wirbt mit dem schottischen Biker Danny MacAskill statt mit dem Weltmeister Nino Schurter. Graubünden Ferien/Martin Bissig

Ein schottischer Biker wirbt für Graubünden und der Bündner Nino Schurter für Lugano. Unverständnis, Schlagzeilen und zahlreiche Leserbriefe sind die Folgen.

NATALIA GODGLÜCK

Is zum 25. September 2018 war in Graubünden die Welt in Ordnung. Rund zwei Wochen zuvor hatte Nino Schurter an der Bike-WM in der Lenzerheide seinen siebten Weltmeistertitel geholt. Und dann diese Schlagzeilen: «Schurter ist das neue Aushängeschild für die Region Lugano» oder «Lugano will sich als Bike-Mekka positionieren – mit Nino Schurter». Weitere Artikel und Leserbrief folgten – beinahe im Takte. Schurters Manager Giuseppe Fry habe zuvor fünf Jahre erfolglos versucht, seinen Superstar bei der Bündner Tourismusorganisation unterzubringen. Und Fry beschuldigte Graubünden-Ferien-Chef Martin Vincenz, Falschaussagen gemacht zu haben. Nebst dem Konflikt von Schurters Manager und Martin Vincenz rückte auch die Zusammenarbeit von GRF mit dem schottischen Biker Danny MacAskill in den Fokus. Vielen Bündnern schmerzte die Seele, dass «ihr Nino», einer der besten Mountainbiker aller Zeiten, von GRF so kläglich verschmäht wurde. Bald war die Causa Schurter auch Thema im Bündner Grossrat. Der zuständige Regierungsrat musste die Entscheidung von Graubünden Ferien erläutern, und bis jetzt ist die Sponsoring-Debatte nicht verstummt. Dazu Vincenz: «Klar habe ich eine Medienstory erwartet, allerdings eine sachliche. Auch wenn ich weiss, dass Emotionen zum Sport gehören.» Und der GRF betont einmal mehr, dass er eine künftige Zusammenarbeit mit Nino Schurter nicht ausschliesst.

Es wird auf einen internationalen Influencer gesetzt

Was von aussen wie ein unbeholfenes Schwarzperleispiel zwischen GRF, dem Amt für Wirtschaft und Tourismus und der Regierung wirkte, ist eigentlich einfach zu erklären. Graubünden fährt seit Jahren eine konsequente Strategie in Sachen Bikedestinationen.

on. Von 2010 bis 2015 wurden die Grundlagen geschaffen, was dem Kanton rund 5 Millionen Franken wert war. Zum folgenden Erlebnismarketing und Storytelling geht

hört auch die Kooperation mit MacAskill. Ein paar Monate vor der Mountainbike-WM kurte der Schotte mit einem heimischen Biker auf diversen Social-Media-

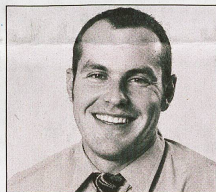
Kanälen und mit gewagten Stunts quer durch Graubünden. Rund fünf Millionen Mal wurde das Video weltweit bisher angeschaut, der Erfolg spricht für sich.

Was aber sagen die Bündner Tourismusdestinationen zum Thema? Sie verstehen, dass der internationale Influencer MacAskill für die Produktwerbung eingekauft wurde und erkennen keinen Nachteil darin, dass Schurter für Lugano wirbt. «Das fremde Engagement schadet Graubündens Bikeregion überhaupt nicht. Schurter wird immer als Bündner wahrgenommen, auch wenn er Botschafter für das benachbarte Tessin beziehungsweise für Lugano ist», sagt Reto Branschi, Tourismusverantwortlicher von Davos Klosters, stellvertretend für viele Destinationen. Auch Bruno Fläcklin, Tourismusdirektor der Lenzerheide, ist überzeugt, dass Bike-Interessierte wissen, wo Nino Schurter zu Hause ist.

Aber: «Er verfügt über ein enormes Netzwerk, gerade auch auf den Social-Media-Kanälen. Dieses hätte GRF verstärkt nutzen können oder kann es in Zukunft tun», so Fläcklin. Ebenfalls vollumfänglich hinter den GRF-Entscheidungen steht Darco Cazin, der die kantonalen Grundlagen des Bike-Tourismus entwickelt hat und ein international gefragter

MTB-Trailentwickler ist. Danny MacAskill ist weltweit einer der wichtigsten Bike-Influencer. Mit ihm konnte GRF im WM-Jahr die internationale Aufmerksamkeits auf die Bikeregion Graubünden lenken.» Der Bündner Bike-Visiönär geht noch einen Schritt weiter: «Wenn sich das benachbarte Tessin zu einer besseren und bekannteren Region für Biker entwickelt, kann das nur im Interesse Graubündens sein.»

Einer, der die hitzigen Diskussionen aus der Ferne beobachtet, ist Urs Wohler. Der Geschäftsführer der Niesenbahn AG leitete bis Ende 2016 mehr als ein Jahrzehnt die Bündner Ferienregion Scuol Samnaun Val Müstair und kann die ganze Aufregung nur bedingt nachvollziehen. «Graubünden hat einen enormen Vorsprung auf alle anderen touristischen Regionen der Schweiz und verfolgt konsequent seine Strategie. Sämtliche Akteure haben in den letzten Jahrzehnten vieles richtig gemacht. Ich empfehle, GRF an seinen Resultaten zu messen», sagt Wohler. Der Touristiker betont zudem, dass Schurter immer mit Graubünden in Zusammenhang gebracht werde. Aber: «Er ist auch ein Botschafter für den gesamten Mountainbike-Sport, was für Graubünden wie für die ganze Schweiz ein Glücksfall ist.»



Jon Andrea Schocher

«Es ist klar eine verpasste Chance.»

Fachhochschulprofessor für Sportmanagement an der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur.

ist es eine verpasste Chance für Graubünden, dass Nino Schurter für die Region Lugano, also das Tessin wirbt? Klar ist es das! Er ist ein weltweit bekannter Spitzensportler – der Roger Federer im Mountainbikesport –, der zudem in Chur wohnt. Er ist authentisch, sympathisch und erfolgreich. Schurter und Graubünden wären die perfekte Symbiose zweier bekannter Marken im Mountainbike-Sport. Mit ihm hätte man tolle Geschichten realisieren können.

Wie meinen Sie das?

Man hätte Nino Schurter als Botschafter, Gastgeber, Produktentwickler, Know-how-Träger und vieles mehr einsetzen können. Leider reduzieren viele Touristiker eine Partnerschaft noch auf Individual-sponsoring und somit auf die reine Logo-Präsenz.

Schaut man dem Schotten Danny MacAskill beim Biken zu, fasziniert sein virtuoser

Fahrstil. Zudem hat sein Graubünden-Clip bereits 1,5 Millionen Klicks.

MacAskill ist zweifelsohne ein Youtube-Star und ein spektakulärer Biker. Gleichzeitig ist er aber auch Unternehmer, der sein Geld als Hauptdarsteller in Videos auf der ganzen Welt verdient. Ich bin skeptisch, was die Klicks bringen.

Bei Schurter wäre es anders?

Er verkörpert andere Attribute und Charaktereigenschaften als MacAskill. Er bespielt seine Social-Media-Kanäle persönlich und erzielt damit beachtliche Reichweiten. Zudem tritt Schurter mit seinen Followern in einen Dialog, was ihn zu einem glaubwürdigen Botschafter macht. Ich bin überzeugt, dass Nino Schurter die Zielgruppe der wertschöpfungsstarken Gäste besser bedienen würde als Danny MacAskill.

Können Sie Beispiele nennen?

Man hätte mit Schurter Pauschalangebote kreieren

können, ihn für Fahrtrainings mit Gästen sowie für Ausfahrten mit Multiplikatoren wie Reiseveranstalter und Medienschaffende einsetzen können, ihn für Meet & Greet-Anlässe buchen können. Solche Pauschalangebote für Gäste könnten verschiedene Themen beinhalten – vom professionellen Auswechseln der Bremsbeläge am Bike bis hin zum Bau von Weltcup-Trails.

Die ganze Welt weiss schon, dass Schurter ein Schweizer aus Graubünden ist. Weshalb sollte GRF ihn trotzdem als Botschafter einsetzen?

Im Vordergrund steht nicht, die Bekanntheit der Marke Graubünden respektive jene der Mountainbike-Region weiter zu stärken. Vielmehr geht es um eine strategische Partnerschaft mit einem USP: Keine andere Bike-Destination auf der Welt kann ihren Gästen oder Touroperatoren einen siebenfachen Weltmeister und Olympiasieger anbieten. god

14 Tage Das Wichtigste aus der Branche

alle News auf htr.ch



Willi Duss

museum
Zukunft des Alpen Museums der Schweiz gesichert

National- und Ständerat haben einen Antrag auf Erhöhung des Bundesbeitrags für das **Alpine Museum** der Schweiz von 250'000 auf 780'000 Franken pro Jahr gutgeheissen. Möglich wurde die Erhöhung durch einen Kategorienwechsel innerhalb der Kulturförderung: Das Alpine Museum der Schweiz wird vom Bund neu als nationales Kompetenzzentrum für das alpine Kulturerbe unterstützt. Damit ist der Weiterbetrieb ab 2019 gesichert, verbunden mit einer Ausweitung des Tätigkeitsbereichs als Netzwerk.



ST/ivo Scholz

statistik
Zunahme der Logiernächte in der Sommersaison 2018

Die Schweizer Hotellerie hat in der Sommersaison 2018 von Mai bis Oktober mehr Übernachtungen verzeichnet als im Vorjahr. Die Logiernächtezahl lag laut Bundesamt für Statistik (BFS) bei 22 Millionen, plus 3,1 Prozent. Die ausländischen Gäste sorgten für eine Zunahme von 3,6 Prozent auf 12,5 Millionen Logiernächte. Bei den inländischen Gästen betrug das Plus 2,4 Prozent und erreichte ein Total von 9,5 Millionen. Trotz steigenden Zahlen ist die Ertragslage in der Hotellerie laut hotellerieuisse äusserst schwierig.



swissholidaypark.ch

übernahme
Reka übernimmt Betrieb des Swiss Holiday Parks

Die Schweizer Reisekasse Reka betreibt künftig das grösste Ferien- und Freizeitresort im Land, den **Swiss Holiday Park** in Morschach (SZ). Sie übernimmt die Betriebsgesellschaft per Anfang 2019 und will neue Zielgruppen erreichen. Der Besitzer der Swiss Holiday Park AG, Walter Trösch, suchte für sein Lebenswerk eine «Schweizer Nachfolgelösung». Die Anlagen bleiben im Eigentum des Credit Suisse Real Estate Fund Hospitality. Reka-Direktor Roger Seifritz sieht die Übernahme als grossen Gewinn.



Dolores Rupa/Uffer AG

hotelprojekt
Neues 3-Sterne-Hotel für Savognin

Auf dem Areal «Grava» in der touristischen Kernzone von Savognin soll im Jahr 2020 ein **neues Sport- und Familienhotel** mit rund 200 Betten eröffnet werden. Die Investitionskosten für das Hotel belaufen sich auf insgesamt rund 15 Millionen Franken. Das von der Savogniner Holzbaufirma Uffer AG im Modulsystem Quadrin realisierte Hotel soll über 100 modern ausgestattete Zimmer verfügen. Ein öffentliches Restaurant, Autoeinstellplätze und Parkplätze im Freien sowie Ski-in/Ski-out runden das Angebot ab.



zvg

neubauprojekt
In Adelboden ist ein Aparthotel geplant

Auf dem Adelbodner Dorfplatz plant Hotelier Chris Rosser mit seiner Familie anstelle des über 100-jährigen Hotels Kreuz ein **Aparthotel** mit 24 Wohnungen für je vier Personen – also mit rund 100 Betten. Im Dachstock entsteht eine Attikawohnung, die für rund 1 Million Franken verkauft werden soll. Im Erdgeschoss sind ein Verkaufsstand sowie ein Restaurant vorgesehen. Das neue Angebot mit dem Projekttitel «Aparthotel Adelboden am Dorfplatz» wird das erste seiner Art im Berner Oberländer Ferienort sein. dst/npa/og

raps.ch

Schweizer Rapsöl

Schweizer
Spitzengastro-
nomen kochen
mit Schweizer
Rapsöl.
raps.ch

Koch des Jahres 2018 **Franck Giovannini**, Restaurant de l'Hôtel de Ville, Crissier
LouMalou **Nadja Zimmermann**, Foodbloggerin, Zürich
Aufsteiger des Jahres 2018 **Simon Apothéloz**, Eisblume, Worb



Schweiz. Natürlich.



So tun, als wären die Hacker drin

Der Hacker-Angriff auf Marriott zeigt nach Meinung von Experten vor allem eines: Es kann jeden treffen. Umso wichtiger ist die Vorbereitung auf den Ernstfall.

PATRICK TIMMANN

Es ist einer der grössten bekannten Cyber-Angriffe überhaupt: Hacker haben Daten von bis zu 500 Millionen Personen aus der Gästedatenbank der weltgrössten Hotelgruppe Marriott abgeschöpft. Betroffen sind neben Personendaten wie Namen und E-Mail-Adressen zum Teil auch besonders sensible Informationen wie Kreditkartenangaben und Reisepassnummern. Wer die Täter sind, auf welche und wie viele Kundendaten genau sie Zugriff hatten und wie die entwendeten Informationen missbraucht wurden – all dies liegt aktuell noch im Dunkeln. Fest steht, dass der eigentliche Angriff bereits 2014 erfolgte und damals das Hotel- und Freizeitunternehmen Starwood betraf. Mit der Übernahme der Gruppe im Jahr 2016 kaufte Marriott unwissentlich auch das Hacker-Problem mit ein. Auf die Schliche kam der Konzern den Tätern erst im September dieses Jahres. Publik wurde der Vorfall dann Ende November.

Vier Jahre nach dem Angriff und eine Megafusion später fragt man sich: Haben Starwood und Marriott die Cyber-Sicherheit vernachlässigt? Die Experten wollen von solch pauschalen Schuldzuweisungen nichts wissen. «Im Nachhinein ist es immer leicht, jemanden an den Pranger zu stellen. Ich wäre mit Statements sehr zurückhaltend. Es gibt vermutlich viele Firmen, die infiziert sind, es aber noch nicht wissen», meint Thomas Koller, Chief Innovation and Product Officer bei der Schweizer Versicherungs- und Beratungsfirma IBC. Auch Sandro Müller, CEO der Zürcher IT-Sicherheitsfirma goSecurity, will nicht leichtfertig vorverurteilen: «IchASSE mir nicht an, dies zu beurteilen. Nur weil die Hacker schon lange im System sind, heisst das nicht, dass fahrlässig gehandelt wurde.» Ähnlich ist die Einschätzung von Stephan Walder, Stv. Leitender Staatsanwalt des Kantons Zürich. Dass ein Hacker-Angriff erst nach

längerer Zeit erkannt wird, sei nichts Aussergewöhnliches. Zudem würden viele Schadprogramme erst nach einiger Zeit aktiv. Walder ist Leiter des Kompetenzzentrums Cybercrime. «Die Malware ist zum Teil hochkomplex. Sie sind bei der Bekämpfung auf Spezialisten angewiesen», mahnt der Jurist. Grundsätzlich hält er einen Cyber-Angriff für jederzeit möglich. «Eine grosse Hotelgruppe wie Marriott ist ein beliebtes Angriffsobjekt von Hackern», so Walder. Beim Thema Cyber-Sicherheit gebe es immer zwei Faktoren: die Technik und den Menschen. Selbstverständlich müsse man sich auf technischer Ebene gegen Angriffe rüsten und auch die Mitarbeitenden für das Thema Cyber-Sicherheit sensibilisieren. Aber: «Das Risiko lässt sich nie ganz ausschliessen, sondern immer nur minimieren. Absolute Sicherheit gibt es nicht.»

Vorbereitung auf den Brandfall, konfus beim Cyber-Angriff

«Keiner hört das gerne, aber es kann jeden treffen», resümiert Sandro Müller den Konsens unter den Experten. Umso wichtiger sei es, dass sich Hotels nicht nur mit der Abwehr von Angriffen, sondern auch mit den Folgen eines bereits erfolgten Cyber-Angriffs auseinandersetzen. «Ich würde

«Eine grosse Hotelgruppe wie Marriott ist ein beliebtes Angriffsobjekt.»

Stephan Walder
Stv. Leitender Staatsanwalt ZH

jedem Hotel ans Herz legen, verschiedene Krisenszenarien durchzudenken und sich zu überlegen, wie man im Ernstfall am besten reagiert», sagt Thomas Koller. «Proben Sie die Krisenkommunikation, schulen Sie die Reaktionen Ihrer Mitarbeitenden, erstellen Sie einen Plan und trainieren Sie ihn», lautet sein Rat. Der Bereich Cyber-Sicherheit werde vielerorts noch nicht ernst genug genommen. «Alle reden immer vom grossen Feuer und proben den Brandfall, die Evakuierung. Aber niemand übt den Cyber-Ernstfall am Computer.» «Die Kultur im Unternehmen bezüglich des Themas Sicherheit ist wichtig, aber ein Restrisiko



Bis ein Unternehmen von einem Hacker-Angriff erfährt, vergehen oft viele Monate.
Pixabay/Montage htr

bleibt», wiederholt Sandro Müller noch einmal. Deshalb empfehle er Unternehmen eine grundsätzlich andere Herangehensweise an das Cyber-Problem: «Gehen Sie davon aus, dass die Hacker bereits bei Ihnen im System drin sind. Bauen Sie nicht einfach eine grosse Mauer um sich herum, sondern schaffen Sie auch interne Strukturen und Hürden, die Hackern das Leben schwer machen.»

Eine Denkweise, die von der Geschäftsführung durchaus Muterfordert, wie Müller zugibt.

Hilfe beim PR, aber keine Kompensation entgangener Umsätze

Ist ein Angriff einmal erkannt, beginnt die Krisenbewältigung. Abgesehen von der Schadensbegrenzung und -bewältigung an der Infrastruktur (Eigenschaden) sowie an Dritten (Haftpflichtschaden), wird gerade im Social-Media-Zeitalter ein weiterer Bereich zunehmend wichtiger: der Schutz vor Reputationsschäden. Ob und wie sich Marriott gegen den Verlust des guten Rufs und damit einhergehenden Buchungsrückgängen versichert hat, wollte die Gruppe auf Anfrage nicht beantworten. Auch darüber, ob bereits Rückstellungen für Schadensersatzforderungen seitens Dritter

vorgenommen wurden, schweigt sich der Konzern aus.

In der Schweiz ist eine Versicherung von Umsatzausfällen durch Rufschiaden noch unüblich. «Grundsätzlich kann man den Verlust der Reputation eigentlich nicht messen, weswegen auch eine Wiederherstellung ebendieser nicht gemessen werden kann», teilt Leilah Ruppen von der Mobiliar mit. Ihre Versicherung übernehme im Rahmen der Cyber-Schutz-Versicherung für Unternehmen je nach Deckungsgrad Kosten für das Public-Relations-Management. Die Entschädigung umfasse auch «Kosten für die Begrenzung eines bei einem Kunden des Versicherungsnehmers entstandenen negativen Eindrucks durch die Medienberichterstattung.

«Die Sicherheitskultur im Unternehmen ist wichtig, aber ein Restrisiko bleibt.»

Sandro Müller
CEO goSecurity

Ähnliche Leistungen umfasst auch die Axa-Arag Rechtsschutzversicherung, wie Mediensprecherin Anna Ehrensperger auf Anfrage mitteilte. Im Rahmen der Sachversicherung und Haftpflichtversicherung übernehme die Axa für Firmenkunden auch die Kosten für die Krisenkommunikation (bis 50 000 Franken) «für die unmittelbare Abwendung oder Minderung eines möglichen Reputationsschadens nach einem versicherten Ereignis». Dafür werde dem Kunden eine PR-Agentur «zur Seite gestellt», welche ihn unterstützt und berät.

Der Teufel liegt freilich im Detail. Auch die SwissRe bietet eine Cyber-Police an, diese decke jedoch in erster Linie Eigen- und Drittschäden ab, erklärt Christian Werli, Head of Innovative Risk Solutions des Bereichs Corporate Solutions des Rückversicherers. «Für Buchungsausfälle bräuchte man tatsächlich eine Shitstorm-Versicherung», so der Fachmann in Anspielung auf seine Aussagen gegenüber Medien der Tamedia-Gruppe Anfang November. Damals lag der Fokus jedoch auf möglichen Reputationsschäden aufgrund negativer Gästekommentare auf Bewertungs- und Buchungsplattformen. Wie man eine Rufschädigung durch einen Hacker-Angriff versicherungstechnisch abdecken könnte, müsste man im Einzelfall genau abklären. «Da braucht es eine massgeschneiderte Lösung.»

Leitfaden Cyber-Sicherheit unter hotelleriesuisse.ch → Services → Ganzheitliche Sicherheit



Wie gut wird Ihr Hotel online gefunden?
Finden Sie es heraus:
localsearch.ch/mypresence

Zeigen Sie sich überall von Ihrer besten Seite.

MyPRESENCE Dort sein, wo Ihre Gäste Sie suchen.

25 Onlineverzeichnisse, Maps und Navigationsdienste: Mit MyPRESENCE platzieren Sie über einen zentralen Account Ihre aktuellen Hotelinformationen wie Adresse, Telefonnummer und Öffnungszeiten, aber auch für den potentiellen Gast entscheidungsrelevante Informationen wie Bilder, beschreibende Texte und Ähnliches ganz einfach auf allen wichtigen Onlineplattformen der Schweiz. Somit sind Sie genau dort, wo Ihre Gäste Sie suchen – mit stets aktuellen Informationen, ganz ohne Aufwand.

Mehr erfahren: localsearch.ch/mypresence

localsearch
Erfolg für KMU in der digitalen Welt

ANZEIGE

hotelmarktplatz

Partnersuche einfach gemacht.

Abhol- und Belieferungsgrosshandel



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

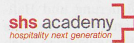


Winkler Weine GmbH
5630 Muri
+41 79 665 97 49
www.winklerwein.ch
www.winklerweine.ch

Aus- und Weiterbildung

hotelbildung.ch
hotellerieuisse

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

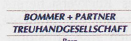


SHS Academy AG
3012 Bern
+41 79 751 87 41
d.plancic@swisshospitality
solutions.ch
www.swisshospitalitysolutions.ch



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

alphaSet
der hotelmakler

Planen Sie Ihr
Hotel demnächst
zu verkaufen?

«Wir sind Ihr
professioneller
Partner und finden
den finanzstarken
Investor für Sie»

Über 16 Jahre Branchenfahrung
alphaSet GmbH, Internationaler Immobilienmakler
CH-8953 Dietikon-Zürich
Für Hotels: manfred.michl@alphaset-hotels.com
Für Gewerbe: mirjam.horst@alphaset-realestate.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

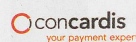


Swiss Hospitality Solutions AG
6045 Meggen
+41 76 386 68 01
info@swisshospitalitysolutions.ch
www.swisshospitalitysolutions.ch



TESMAG
8001 Zürich
+41 44 404 14 14
info@tesmag.ch
www.tesmag.ch

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



casa nobile cioccolateria
3011 Bern
+41 32 665 77 60
info@casa-nobile.ch
www.casa-nobile.ch



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



Delicel AG
5413 Birnenstorf
+41 56 201 31 31
info@delicel.ch
www.delicel.ch



Fideco AG
3280 Murten
+41 26 678 60 00
fideco@fideco.ch
www.fideco.ch



Jilly Café
8800 Thalwil
+41 44 723 10 20
info@jillycafe.ch
www.jillycafe.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



Verein Schweizer Rapsöl VSR
3001 Bern
+41 31 385 72 78
info@raps.ch
www.raps.ch

**100 % Schnelligkeit.
100 % Präzision.**

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

Gebäudetechnik



Bouygues E&S InTec
4802 Strengebach
+41 44 905 58 02
hotel@bouygues-es.com
www.hotel-bouygues-es.ch

Hotel- und Gastrobedarf



**Gastroimpuls –
Hunkeler Gastro AG**
6002 Luzern
+41 41 368 91 91
info@gastroimpuls.ch
www.gastroimpuls.ch



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

Hotelmakler



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

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



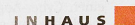
BAUR WohnFaszination GmbH
D-79862 Höchenschwand
+49 7755 9393 19
info@baur-bwf.de
www.baur-bwf.de



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



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



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



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

IT und Multimedia



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

Ihre Präsenz auf dem hotelmarktplatz.

Mit einem Eintrag auf dem hotelmarktplatz
der htr hotel revue sichern Sie sich eine
365 Tage-Präsenz bei den Entscheidungs-
trägern der Branche:

- Firmeneintrag mit Logo in der htr hotel revue
und im Magazin Top hotel
- Firmenportrait inkl. Prospekt-Upload auf
hotelmarktplatz.ch

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 49, inserate@htr.ch

Disentis in der Metamorphose

Schluss mit der Tristesse. In Disentis feiert das erste von zwei Grossprojekten Eröffnung. Die Skigebietsverbindung mit Sedrun-Andermatt folgt nächsten Frühling.

NATALIA GODGLÜCK

Der Gemeindepräsident von Disentis, Robert Cajacob, ist bester Laune. Er schreibt gerade seine Rede für die Eröffnung des Catrina Resorts in Disentis, die er heute Donnerstagvormittag auf dem Plazza dal Vitg halten wird. «Das Resort ist ein grosses Glück für unsere Gemeinde – fast wie ein Sechser im Lotto», schwärmt er. Cajacob spricht von einem neuen Motor für den Tourismus, ja gar von einer Wiederauferstehung. Er freut sich über die neuen Arbeitsplätze, 30 Ganzjahresstellen soll es geben, und er hofft, dass neben vielen Touristen auch wieder junge Familien mit Kindern nach Disentis kommen.

Tatsächlich tut sich einiges im Subzentrum der Surselva. Das Klosterdorf auf 1130 Metern veruchte bis im Jahr 2001 viele fette Tourismusjahre. Mit der Schliessung des beliebten «Acla da Fontana», ein Hotel mit 600 Betten, verlor Disentis jedoch auf einen Schlag Tausende Übernachtungen. Nach dem «Acla» verschwanden fast ABC-mässig auch das «Bellavista», das «Cucagna», der «Disentiserhof» und weitere Hotels. Von den einst 1100 Hotelbetten gab es Anfang 2018 gerade noch 350. Steil ging es bergab, steil geht es wieder bergauf. In Kürze entstehen rund

700 neue Betten im neuen Catrina Resort, 400 weitere sind mit dem Rück- und Wiederaufbau des «Acla da Fontana» geplant. Gemeindepräsident Cajacob ist überzeugt, dass sein 2200-Seelendorf mit den neuen Gästen kein Problem haben wird. «Die Bevölkerung steht hinter dem Tourismus, das hat sie in diversen Abstimmungen auch gezeigt», betont er. Zum Beispiel mit dem Ja zu einer Beschneidungsanlage für zwei Millionen Franken oder dem millionenschweren Kredit für die Skigebietsverbindung Andermatt-Sedrun-Disentis.

In Singapur ansässiger Schweizer als Hoffnungsträger

Der sogenannte «Sechser im Lotto» hat einen Namen: Marcus Weber. Der Schweizer ist ein erfolgreicher, in Singapur ansässiger Multiunternehmer und Investor. Er ist quasi der Samih Sawiris von Disentis – Hoffnungsträger, Glücksfall und Grossinvestor in einem. Seit 2014 ist Weber, der im Bergdorf in den 1970er-Jahren Jugend- und Sport-Skilehrer und später Ferienwohnungsbesitzer war, Mehrheitsaktionär der Bergbahnen

Disentis. Und seither herrscht Aufbruchstimmung in der oberen Surselva, denn für die prognostizierten 50000 bis 70000 neuen



Das Resort Catrina in Disentis erwartet die ersten Gäste vor Weihnachten. Die gesamte Anlage wird ab der Wintersaison 2019/20 zur Verfügung stehen.

Logiernächte will die Gemeinde gewappnet sein. Sie hat in der Nähe der Talstation Acletta für vier Millionen einen Schutzdamm gegen Erdbeben und für die Versorgung des Trinkwassers gebaut, hat eine Million Franken in eine Strassenverlegung investiert, und die aufwendige Sanierung und Erweiterung des Sport- und Kulturzentrums steht noch bevor.

Das emsige Treiben in Disentis steckt auch Dritte an. So hat etwa Coop einen grossen Supermarkt im Catrina Resort realisiert, und die Bündner Regierung unterstützt das systemrelevante Ferienresort mit bis zu einer Million Franken. Weiter haben die Bergbahnen zur gemeinsamen Vermarktung im In- und Ausland die Andermatt-Sedrun-Disentis Mar-

keting AG gegründet. Die Anbindung ans Skigebiet Andermatt-Sedrun wird die Gäste von Disentis nicht nur direkt ins hochalpine Gebiet auf 2500 Meter über Meer bringen, den Wintersportlern wird mit 33 Anlagen und 180 Pistenkilometern auch das grösste Skigebiet der Zentralschweiz geboten. Insgesamt belaufen sich die von den Disentiser Bahnen ausgelösten Investitionen auf etwa 90 Millionen Franken.

Der Verwaltungsratspräsident schweigt vorderhand

Und was sagt der Verwaltungsratspräsident der Catrina Holding AG, Marcus Weber, zu all dem? Nichts. Zumindest nicht bis zur Eröffnungsfeier des Catrina Resorts am 13. Dezember. Der Inves-

tor hält alle Informationen zu seinen Projekten unter Verschluss, damit das mediale Feuerwerk umso stärker wirkt. Einer, der sich bereits heute über die zukünftige Frequenzsteigerung freut, ist Eugen Arpagaus, Leiter des Amts für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (AWT): «Dort werden marktgerechte Angebote geschaffen, von denen auch bestehende Firmen und Leistungsträger profitieren werden.» Der AWT-Leiter betont auch, dass sich die Kanton Graubünden, Wallis, Tessin und Uri mit dem Projekt San Gotardo, einem Gemeinschaftsprojekt der Neuen Regionalpolitik, seit 2007 stark für die Region engagiert haben. Angefangen mit Verhandlungen zur Skigebietsverbindung Andermatt-Sedrun-Disentis bis hin zum aktuellen Catrina Resort und weiteren geplanten Projekten. «Disentis und Sedrun werden künftig mit sehr wettbewerbsfähigen Tourismusangeboten am Markt glänzen können», ist Arpagaus überzeugt.

Facts and Figures 62 Millionen Franken für das gesamte Resort

Das Catrina Resort umfasst sechs Häuser mit 140 Ferienwohnungen für vier Personen sowie ein Hostel mit 28 Vierbettzimmern. Das Projekt Catrina Experience begann 2017 und wird 2019 – nach nur einjähriger Planung und zweijähriger Bauzeit – fertiggestellt. Das Ferienresort beinhaltet eine Wellnessanlage mit gedecktem Swimmingpool im Aussenbereich, einen Whirlpool sowie Dampfbad und Saunen, zwei Restaurants, einen Sportshop und einen Supermarkt. Das Ferienresort befindet sich unweit

der Talstation in Acletta und wenige Minuten vom Kern des Klosterdorfes entfernt. Die ersten Gäste werden vor Weihnachten 2018 erwartet, ab der Wintersaison 2019/20 steht ihnen die komplette Anlage zur Verfügung. Die Investitionskosten der Catrina Resort AG belaufen sich insgesamt auf über 62 Millionen Franken. Die Bergbahnen rechnen dank des Projekts mit einem zusätzlichen Cashflow von bis zu einer Million Franken. god

Weitere Infos unter: catrina-experience.com

hotelmarktplatz



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



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

GREGOR VOGEL
INTERNET | MARKETING | CONSULTING

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

Personalmanagement



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



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

Küche



Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG
3322 Schönbühl
+41 848 40 09 00
info@hugentobler.ch
www.hugentobler.ch



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



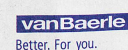
Rotor Lips AG
3661 Utendorf
+41 33 346 70 68
info@rotorlips.ch
www.rotorlips.ch



MATRATZEN, DIE SICH GEWASCHEN HABEN

www.swissfeel.ch

Reinigung, Hygiene und Unterhalt



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

Textilien



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

Transport und Mobilität



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



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

Marketing und Vertrieb



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



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

L'invité du cahier français

Le ski dans les Préalpes n'est pas mort

Ceux qui annoncent la fin du ski à Charmey ont tort. La digitalisation peut la sauver.

Le 19 novembre, les Charmeyens ont refusé une augmentation des impôts pour pérenniser leurs remontées mécaniques. L'exploitation durable des installations est compromise et la société d'exploitation se voit devant d'énormes difficultés. Même si les Fribourgeois pourront cette saison, grâce à des fonds trouvés in extremis, encore skier sur les pistes d'un des plus beaux domaines des Préalpes, d'aucuns affirment déjà que ce sera la dernière saison et que l'agonie des remontées ne sera qu'inutilement prolongée. Mais ils font leur calcul sans la digitalisation. Car dans l'économie en réseau, on calcule différemment. L'internet donne de la voix à toutes les stations, pas seulement aux grandes. Et encore mieux, sur la toile même les petites stations des Préalpes peuvent jouer dans la cour des grandes. Ce qui leur permet une certaine flexibilité dans l'équation-prix. Car si la raisonnable est plus grande, les contacts directs avec les amateurs du ski augmentent. Est-ce que cela pourrait même sauver les petites stations du coup de financier? Cela mérite au moins une réflexion. Voici quelques pistes.

La piste bleue, probablement la plus facile, consisterait à élargir le bassin de



Les remontées de Charmey cherchent des solutions pour leur avenir.



Thomas Steiner

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

recrutement des adeptes du ski. Je me rappelle des mercredis de ski durant ma jeunesse. Deux cars venaient nous chercher dans la cour d'école dans la banlieue bernoise pour nous emmener dans la petite – et basse, station de l'Eriz. Dès qu'il y avait de la neige, les parents pouvaient nous inscrire jusqu'au mardi soir. Nous étions pris en charge par des moniteurs, emmenés sur les pistes, il y avait un goûter, nous étions heureux et les parents avaient un après-midi de «congé». Il me semble qu'avec Internet de telles opérations pourraient s'organiser encore plus facilement.

La piste rouge, déjà un peu plus technique, consisterait à jouer avec le crowd, la masse. 2000 cartes journalières ven-

dues à 5 francs rapportent plus que 200 à 25 francs. Avec une application de revenue management bien faite, on devrait pouvoir mobiliser plus de skieurs un beau jour de neige. On pourrait aussi imaginer de jouer la multiplication dans l'autre sens. Si une remontée mécanique a besoin de 2 millions pour tourner, 200 entreprises pourraient «s'acheter l'année» pour 10000 francs chacune. Les cartes pourraient être offertes aux employés, des journées d'incentive pourraient s'organiser – cabine Golden Circle, fast lane, soirées ski et fondues, sorties d'été, etc. De nombreuses entreprises paient des loges et places bien plus chères dans les stades de hockey.

La piste noire, sans doute un brin utopique, consisterait à inclure les frais de fonctionnement des installations à fonds perdus dans le budget de fonctionnement de la commune. Et d'offrir l'accès aux remontées mécaniques gratuitement aux habitants, aux clients des hôtels et à toute personne physique ou morale qui y paie des taxes et des impôts. La gratuité, évidemment largement communiquée via les réseaux sociaux, boosterait les nuitées, la consommation dans les restaurants, les achats dans les commerces. Ces dépenses indirectes, ajoutées aux ventes de forfaits aux «externes» compenseraient une partie des dépenses communales.

Allez, les Charmeyens! Aiguissez vos carres et faites preuve d'agilité! Les signes du temps sont en votre faveur et le réseau vous offre des alternatives. C'est valable pour toutes les stations des Préalpes.

Les invités du cahier français

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

ANNONCE

HOTELA
L'ASSURANCE SOCIALE

Économisez du temps et de l'argent avec HOTELA+
www.hotela.ch

SIMPLIFY YOUR BUSINESS.

La station fribourgeoise de Charmey se cherche un avenir. Avec ou sans le ski, ce sera sans Christophe Valley. Le directeur du tourisme s'en va et évoque six ans hauts en couleurs.

LAETITIA GRANDJEAN

Christophe Valley, vous démissionnez de Charmey Tourisme, alors que la destination se trouve en pleine tourmente avec ses remontées mécaniques. Votre décision est-elle vraiment un hasard de calendrier?

Il s'agit vraiment d'un choix personnel. En arrivant à Charmey, je m'étais fixé cinq ans pour effectuer un bilan. J'ai beaucoup appris de la situation, souvent agitée, il faut l'avouer. Personnellement, j'aspire à des projets avec un rayonnement plus large. Plusieurs opportunités se sont présentées. Finalement c'est celle du TCS qui se concrétise à ce timing-là.

Soulagé tout de même?

Cela me fait plutôt un peu mal au cœur de quitter le navire maintenant. Car les changements me motivent, lorsque je sens que je peux apporter quelque chose de nouveau. Mais je reste habitant de Charmey et solidaire de la situation.

Vous êtes arrivé en avril 2012 dans un contexte difficile. Vous repartez dans une situation très tendue. Frustrant?

On sait qu'il y a à Charmey un environnement émotionnel extrêmement fort. Si l'on parle de tourisme, on a vite l'impression de déplacer des montagnes. Encore pire lorsqu'il s'agit de remontées mécaniques. Il faut faire avec. Il y a eu certes des moments de démotivation, mais aussi des succès. Nous avons donné de la visibilité à



Christophe Valley croit au potentiel de la station de Charmey, avec des remontées mécaniques, mais pas forcément du ski.

Fabrice Savary

«Charmey doit alléger ses structures»

l'offre touristique charmeysane. J'ai transformé le travail de l'office du tourisme en y développant des produits, chose qui n'existait pratiquement pas. Nous avons créé un panel d'événements et d'animations sur l'année. Cet été, nous avons multiplié par quatre le chiffre d'affaires lié au vélo électrique.

Avec quel effet sur les nuitées?
Les nuitées sont restées stables, avec 33 000 nuitées

hôtelières et 165 000 nuitées globales. Je regrette d'avoir perdu deux hébergements collectifs, en lien avec le flou lié aux remontées mécaniques.

Avez-vous l'impression que la situation a évolué en six ans?

Cette crise nous a permis de passer d'un problème communal à un problème cantonal. Il y a une prise de conscience que des dégâts au niveau local nuisent aussi aux partenaires régionaux et à l'ensemble du canton.

Le directeur des remontées mécaniques a également posé sa démission pour la fin de l'hiver. Que signifie ce double départ pour Charmey?

Optimiste de nature, j'y vois plutôt une opportunité pour la destination et la Gruyère dans sa globalité. Si on veut garder notre offre actuelle – avec des remontées mécaniques qui fonctionnent et comme hiver, avec un domaine skiable – nos structures doivent devenir les

plus agiles et légères possibles pour minimiser le risque financier. Cela implique d'agir sur les coûts de structure et de renforcer les coopérations, au niveau régional et cantonal. Je pense que notre office de tourisme doit se rapprocher encore de La Gruyère Tourisme, au point même d'intégrer cette structure.

«D'un problème communal a émergé une prise de conscience cantonale.»

Christophe Valley
Directeur de Charmey Tourisme

Et Jaun? Vous aviez soulevé l'idée – d'ailleurs assez mal reçue à l'époque – que l'on pourrait concentrer l'activité ski sur ce domaine, situé à dix

kilomètres en amont de Charmey.
Ce n'est pas à moi de prendre position sur Jaun, mais je pense que cette réflexion et cette opportunité les concernent aussi. Actuellement, nous collaborons déjà beaucoup, sur des actions de promotion, des brochures.

L'avenir à Charmey, vous le voyez avec ou sans remontées mécaniques?

Avec remontées mécaniques. Mais il faut réfléchir au modèle économique autour de ces remontées. Soit on choisit de garder le ski, avec le risque financier qu'il comporte. Soit on maintient l'hiver, mais sans le ski, à l'image de la station de Kronberg en Appenzel qui a réduit le ski à une activité très débutante et mise sur d'autres services telle que la gastronomie avec quatre restaurants, un parc aventure, de la luge etc.

Douloureuse télécabine Solutions de la dernière chance pour l'installation

En difficulté depuis une quinzaine d'années, les remontées mécaniques de Charmey doivent faire face aujourd'hui à une situation alarmante. Le déficit d'exploitation a jusqu'ici été couvert par la commune, soit plus de 6 millions de francs entre 2010 et fin 2017. Le 19 novembre, les citoyens ont dit stop en refusant une hausse d'impôts qui aurait représenté un soutien de 600 000 francs pour la station et les remontées. Ce vote implique de trouver de nouvelles solutions. Dans ses conclusions, le groupe

de travail annonce vouloir éviter d'abandonner la télécabine Rapido Sky, considérée comme la «colonne vertébrale» de la station. La recherche d'appuis financiers privés est évoquée mais n'exclut pas une aide communale de 250 000 francs, qui sera votée le 14 janvier. La task force préconise «une réorientation des activités hivernales et un repositionnement stratégique», avec une gouvernance adéquate. L'expertise de la société d'exploitation de Moléson est sollicitée dans cette reconversion.

La Gruyère Tourisme plaide pour l'intégration de Charmey Tourisme

Le départ de Christophe Valley permettra d'accélérer un projet de rapprochement de Charmey Tourisme avec La Gruyère Tourisme qui peine à se réaliser depuis plus de dix ans. Cette restructuration fait également partie des huit mesures retenues par le groupe de travail créé suite au vote communal du 19 novembre et annoncées à la presse ce lundi.

Pascal Charlet, directeur de La Gruyère Tourisme, argumente: «Nous gérons déjà les offices du tourisme de Gruyères et de Bulle

et collaborons étroitement avec Moléson. Intégrer Charmey à toujours été notre volonté. Cela permettrait d'avoir une seule entité régionale, plus cohérente pour le client. Nous pourrions mieux coordonner nos actions et notre positionnement, dispositions de plus de moyens.»

Concrètement, cela impliquera donc de revoir le poste de Christophe Valley. Cette vision correspond à la volonté de l'Union fribourgeoise du tourisme d'alléger les instances touristiques.

Domaines skiables et hôtellerie réunis dans un forfait

Le Valais innove et lance un forfait combinant une offre d'hébergement et l'accès à tous les domaines skiables du canton. Cette offre devrait encore évoluer.

LAETITIA GRANDJEAN

L'heure est aux collaborations touristiques. Le Valais lance en première suisse un forfait de ski inter-stations, valable quatre jours sur six jours consécutifs dans un domaine skiable différent, incluant également un hébergement.

De Zermatt aux Portes du Soleil (côté suisse), les 29 domaines skiables valaisans et leurs 446 installations, participent au forfait «Ski Safari». Concernant l'hébergement, une vingtaine d'hôtels 3 et 4 étoiles, situés dans la plaine du Rhône et en stations, peuvent être réservés. Lancée en novembre, cette offre est née de la collaboration entre les Remontées mé-

caniques du Valais, l'Association hôtelière du Valais (AHV) et Valais Wallis Promotion (VWP).

«Ce produit se distingue du Magic Pass ou de la WinterCard de Saas-Fee car il ne s'agit pas d'un abonnement de saison et il inclut vraiment toutes les stations valaisannes», explique Mathias Fleischmann, responsable Expériences et Marchés chez VWP. Le Ski Safari n'est réservable qu'avec l'hébergement et en option, avec également la location d'une voiture et du matériel de ski. Son détenteur est tenu de changer chaque jour de domaine skiable. Il restera quant à lui fidèle à son hôtel du-

rant cinq nuits. Le forfait est vendu 1285 francs pour deux personnes en catégorie 3 étoiles (1385 francs en 4 étoiles) et 2205 francs pour l'option avec voiture et matériel (2305 francs en 4 étoiles).

Les hôteliers plus favorables à des prix dynamiques

«Un projet de bon augure, mais nous sommes même un peu en retard par rapport à nos concurrents. Aujourd'hui le skieur, surtout lorsqu'il vient de l'étranger, veut que son forfait et son matériel l'attendent à l'hôtel», observe Patrick Béro, directeur de l'AHV. Il confirme l'intérêt des hôteliers à

participer à ce projet, notamment ceux de la plaine, particulièrement concernés. «Nous serions en revanche plus favorables à des prix dynamiques, plutôt qu'à un forfait à prix fixe, qui n'est plus de notre époque.» Quelques réservations auraient déjà été enregistrées, elles transitent par la plateforme booking-valais. L'hôtelier peut également choisir ses dates d'occupation.

Visant cette année avant tout le marché indigène, cette offre sera amenée à évoluer. «Le lancement mi-novembre était un peu tardif pour assurer la distribution à l'étranger auprès de TO et d'agents

de voyage. Il s'agira d'une saison pilote afin d'optimiser le produit en fonction de la demande», explique Mathias Fleischmann. Le nombre de jours (actuellement 4 jours de ski et 5 nuits) pourrait par exemple devenir plus flexible. L'association hôtelière trouverait quant à elle intéressant d'offrir la possibilité de choisir un hôtel différent chaque soir.

Le «Ski-Safari» sera promu dès l'an prochain sur les marchés étrangers: la Grande-Bretagne, le Benelux, l'Allemagne, la France et les pays nordiques. La société Matterhorn Region prendra le relais sur les marchés lointains.

DES FRITES EXTRATERRESTRES

KADI⁺



Des pommes frites fabriquées en harmonie
avec la nature: pleine force, pleine lune.

vollmondfrites.ch/fr

Malice d'une truffe en trompe-l'œil

Sébastien Quazzola, deuxième pâtissier de l'histoire de Gault Millau Suisse, incarne une vision personnelle du doux. Construite par le choc thermique de la tatin et de la vanille.

ALEXANDRE CALDARA

Une petite pomme verte fluo granny-smith arrive sur un support noir. La cuillère casse la coque, s'enfonce dans le moelleux et retrouve du fruit au fond du plat. Sébastien Quazzola, pâtissier de l'année pour le guide Gault Millau 2019, au Richemond, aime le trompe-l'œil. «Evidemment la pomme verte doit rester l'élément principal, je la travaille en mousse et en brunoise, privilège l'acidité, mais j'aime aussi jouer des contrastes de saveurs avec la vanille et surtout le sésame torréfié qui amène l'amertume.» Le côté peu sucré du dessert nous séduit immédiatement: «Tant mieux. Je travaille un

chocolat blanc anéo 34% beurre de cacao de chez Weiss et je veille sur mon enrobage de chocolat à ne pas dépasser les 50% de cette matière.» Il se réjouit de séduire par ses créations des gens qui habituellement ne mangent pas de desserts: «Ma mère n'aime pas le sucre et elle mange toutes mes créations», sourit Sébas-

tien Quazzola. Il n'hésite jamais à désucrier par l'acidité, il précise: «Peu de gens savent qu'une orange dispose d'un PH acide plus élevé que le citron. On obtient d'ailleurs difficilement une bonne gelée tremblante avec de l'orange.» Il se fait intarissable sur les techniques de cuisine, comme pour une glace au basilic conçue par son chef Philippe Bourrel, il l'aide à la stabiliser: «On utilise un réfractomètre comme pour une émulsion, pour qu'elle soit onctueuse, lisse en bouche, rien de pire qu'une glace granuleuse. Il faut ensuite la laisser mûrir entre 12 et 24 heures, comme une crème anglaise, laisser reposer les molécules pour qu'elles s'assemblent. Glacier devient un métier en soi.»

A Genève, on partage le thé avec le pâtissier du 5 étoiles supérieur et ses petits bijoux pâtisseries, une offre sur mesure qu'il propose chaque après-midi de 14 à 18 heures. Même si ce qu'il affectionne le plus depuis quatre ans reste le service sur assiette: «Travailler sur les textures, les saveurs, le côté physique d'un dessert servi en salle.» En ce moment il se concentre sur un trompe-l'œil de truffe blanche qui contient: «Un ananas rôti quatre heures dans un jus de litchi, de mangue, de citron vert, de banane, de vanille, de cardamome, d'anis vert et de gingembre selon la recette de mon grand-père cuisinier. Puis on monte une ganache de lait et de chocolat blanc noisette parfumé de truffe blanche.» Il s'attache beaucoup à l'aspect graphique. Ici il veut permettre à l'hôte de re-



La pomme qui cache de la vanille et surtout du sésame torréfié, conçue par le pâtissier du Richemond, à Genève.

il commande invariablement: «Une bonne côte de bœuf et un gratin dauphinois». Mais se laisse aussi fasciner par les dernières tendances de la pâtisserie comme la vanille bleue. Il reste à l'affût: «Regardez ce que Yann Couvreur à Paris réussit avec une tomate ou un avocat et du sucre...» Il se passionne pour l'évolution des desserts végétariens et vegans sur internet. Et s'il ne devait évoquer qu'un seul pâtissier actuel pendant des heures, il s'arrêterait sur le cas de Maxime Frédéric, chef exécutif des trois restaurants étoilés du Georges V, à Paris: «Un visionnaire techniquement. Ce jeune homme peut s'assoier à une table composée de Meilleurs Ouvriers de France et leur apprendre des choses. Il lance sa bûche en septembre et tous les collègues restent fascinés. Chaque épine de sa pomme de pin existe pour elle-même.» Maxime Frédéric dirige une brigade de 45 personnes et Sébastien Quazzola: «Vous pouvez diviser par douze. On est quatre.» Quatre pour imaginer une bûche de Noël poétique recouverte de neige qui renferme bien des surprises dont une crème de marron et de vieux whisky.

On repart avec des papilles qui se souviendront longtemps de la longueur de la pomme granny-smith en bouche. A l'image de Sébastien Quazzola qui n'oubliera jamais: «Un si subtil tartare de pigeon et d'huître», dégusté à la table d'Arnaud Donckele à l'âge de 15 ans. Autant de spirales de goût mémorielles.

Sébastien Quazzola

l'dd

Une culture du goût familiale poussée à l'extrême

Dans la famille de Sébastien Quazzola les arts de la table restent considérés comme une religion. Il raconte goulument: «Jean-Marc mon père a suivi le moule de mon grand-père en devenant

trouver l'aspect terreux de la truffe découverte dans les sous-bois: «Je tente d'obtenir un velours pas très net, avec un décapeur, une spatule, parfois même une perceuse», s'amuse le pâtissier. Il enchaîne par un souvenir d'enfance: «Tout gamin je découvrais la tarte tatin glace vanille qui reste mon dessert préféré. Je ne le revisiterai jamais. J'ai compris que le secret du dessert résidait dans les chocs thermiques.» Il aime la simplicité: «Un carpaccio d'ananas infusé à la menthe poivrée.»

meilleur apprenti de France cuisinier. A un an, je disposais déjà d'un siège rehaussé au restaurant et on me servait de grosses frites rangées comme un mikado sous cloche. Au collège, je mangeais à la cantine, mais mon père m'apportait tous les jours un plat qu'il avait spécialement cuisiné pour moi. Tous mes copains d'école se souviennent des madeleines qu'il confectionnait pour nos anniversaires. Avec mes parents tous les quatre mois, nous allions manger dans un trois macarons Michelin. Je ne pouvais pas faire autre chose. Finalement je suis le premier de la famille à me lancer dans la pâtisserie à 13 ans en pré-apprentissage.» On écoute son récit comme un conte de fées ou un western décalé à l'heure de la restauration rapide. Aujourd'hui pour se faire plaisir au restaurant

PASSEZ À L'ÉNERGIE NATURELLE.

Nouveau: Jus d'orange et Multivitamines Premium en qualité Max Havelaar.

Encore plus fruité au goût.

Le plaisir du jus en un tour de main.

Facile à ouvrir. Pratique à verser.

RAMSEIER

L'énergie naturelle



Le nouveau Tibits vient d'ouvrir au buffet de la gare de Lausanne. Terroirs de Lorraine inauguré en 2017, en gare de Metz, par Michel Roth, chef du Président Wilson, à Genève.



Idr, Fabrice Labit

La bonne étoile des buffets de gare

A Lausanne, Tibits vient de s'installer dans un lieu historique. Les CFF appliquent une politique pragmatique en gare, alors qu'en France la SNCF innove avec de grands chefs.

ALEXANDRE CALDARA

Pour les CFF, la politique en termes d'exploitation des buffets ne varie pas de celles des autres commerces présents en gare. Comme l'explique son porte-parole Jean-Philippe Schmidt: «Nous tentons simplement de répondre au besoin actuel des clients en termes de restauration et à leur envie de bénéficier d'une offre la plus variée possible. Dans le cas du Buffet de la gare de Lausanne, la famille de Mercurio a décidé de ne plus continuer son activité d'exploitant. Nous avons ouvert un appel d'offre et Tibits a répondu à nos exigences.» Selon nos informations, les restaurateurs classiques ou gastronomiques ne se précipitent pas.

Les conditions les plus difficiles à tenir étant l'ouverture tous les jours depuis le matin à la fin de la soirée. Il s'agissait aussi dans ce cas de pouvoir trouver un exploitant qui loue la surface aux CFF, pour un montant non communiqué, qui permette de conserver la dimension patrimoniale d'un édifice classé datant de 1916. Jean-Philippe Schmidt dit sa satisfaction quant à la réalisation finale: «Je trouve le résultat lumineux, aéré, bien fait. Les utilisateurs n'ont pas perdu le Buffet de la gare de Lausanne. Ils vont le retrouver avec ses fresques, ses enseignes réno-

vées par les CFF, intégrées dans le design de Tibits et combinées avec une offre végétarienne novatrice.» Pour lui la clientèle qui s'attablait pendant une ou deux heures pour manger dans un buffet de gare n'existe plus. Il tient aussi à rappeler que les alentours de la gare de Lausanne proposent des dizaines d'offres en matière de restauration. Autre sujet de discussions, l'implantation à Fribourg d'une enseigne Starbucks au Buffet de la gare. Jean-Philippe Schmidt l'explique ainsi: «Autogrill y gérait un restaurant traditionnel. Fin 2016 ils ont souhaité y implanter une licence Starbucks. Nous avons donné notre accord de principe en jugeant que le concept de confiance perdurait et que la diversité restait garantie.»

Le Train Bleu a été dynamisé par l'arrivée de Michel Rostang

En France, le développement des buffets de gare signés par cinq chefs étoilés, deux à Paris et trois en province, nous interpelle. Ce concept de Club des Chefs, s'insère dans un projet plus large nommé Chefs de gare où la SNCF propose une semaine d'animation dans 40 gares autour du thème de la restauration. Thomas Havas, directeur Marketing et Exploitation, auprès de SNCF Retail et Connexions, nous explique la genèse:

«Le chef trois étoiles Michelin Eric Fréchon a ouvert la voie en 2013 avec la brasserie Lazare, à Paris Saint-Lazare. Puis les choses se sont accélérées à partir de 2014. Ces brasseries de chefs nous permettent de faire renaître l'esprit des buffets de gare des années 1960-1970 en France qui avait disparu. Sous l'effet conjugué de l'arrivée du TGV, la fin des garnisons militaires et l'irruption de nouvelles enseignes de restaurations concurrentes.» Cette offre de brasserie de chefs offre désormais une complémentarité avec des kiosques artisanaux et des points de ventes à l'emporter. Cinq restaurants confiés à des chefs multi-étoilés, qui connaissent parfaitement le terroir où ils s'installent et garantissent des produits sourcés au plus proche de la région. Avec un beau succès économique et une fréquentation à la hausse à la clé: «L'arrivée de Michel Rostang, deux étoiles Michelin, au Train Bleu, de la gare de Lyon, à Paris, a clairement dynamisé l'établissement alors qu'auparavant les prix élevés des plats n'étaient plus en adéquation avec l'offre.»

La SNCF peut imaginer trois cas de figure de location de ses buffets de gare. En propre au chef directement, mais ce cas ne s'est pas encore présenté. A un investisseur privé déniché par le chef pour Eric Fréchon. Ou à un ensemble, une des trois sociétés exploitantes en gare: Elior, SSP ou Lagardère Travel Retail. Les quatre chefs suivants ont été proposés par les ensembles. Même si Thomas Havas avoue que la SNCF convaincra par ces projets les poussent dans ce sens: «Ces grandes cartes de brasserie garantissent une offre

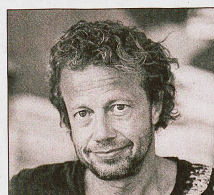
complémentaire importante, mais on pourrait aussi imaginer travailler avec des chefs locaux de qualité non étoilés et nous engager à l'avenir pour entreprendre des travaux avec eux.» Le restaurant bistrannique de Christian Le Squer, trois étoiles Michelin, le Paris-Brest qui ouvrira en gare de Rennes en principe en avril 2019 montre bien le sérieux que les chefs accordent à ce type de projet. Le Paris-Brest du chef du Cinq au Georges V Paris, originaire de Bretagne, forme depuis 18 mois

un de ses chefs «en privilégiant des produits accessibles et des coûts de matières compatibles avec un buffet de gare», précise Thomas Havas.

Le Japon propose 1000 bento différents dans ses gares

Comparaison n'est pas raison, les traditions culinaires restent difficilement juxtaposables. Jean-Philippe Schmidt rappelle l'excellence du buffet de la gare du Noirmont de Georges Wenger. Mais les CFF ne louent pas l'établissement.

Thomas Havas lui se réjouit de la vitalité générale des CFF dans leur collaboration avec la SNCF et comme pour les rassurer, cite l'exemple du Japon. «Un pays qui propose 1000 bento différents dans ses gares avec un respect des terroirs.» Cet esprit de France et du Japon soufflera peut-être un jour jusqu'en Suisse. Thierry Marx décrit les années vingt à la main sur le menu de l'Etoile du Nord, à Paris Gare du Nord: «Les dames en tailleurs cintrés et chapeaux cloches.» Une once de nostalgie.



Rolf Hiltl

«Nos clients voulaient un Tibits à Lausanne»

Co-fondateur et co-exploitant avec les frères Frei de Tibits. Propriétaire des restaurants Hiltl, à Zurich.

Comprenez-vous les débats passionnés occasionnés par l'arrivée de Tibits, à Lausanne, depuis trois ans?

Oui. Nous arrivons dans un endroit attaché à l'histoire des Lausannois. Nous devons leur prouver que nous serions attachés à préserver ce lieu, que nous n'allions pas tout casser, tout en proposant notre identité basée sur le végétarien. En ces jours d'ouverture douce, un grand habitué du buffet de gare est venu nous rendre visite, il a retrouvé des éléments symboliques qu'il aimait comme les fresques ou les portraits des conseillers fédéraux, il nous a remercié.

Vous trouvez la Suisse romande très attachée à ses traditions...

Je comprends et j'aime les traditions. Je ne suis pas complètement végétarien. Je suis allé goûter cette semaine les papets vaudois au restaurant le Grütli et au Café romand. J'ai trouvé très bon,

mais j'ai aussi remarqué qu'une grande partie du plat repose sur les patates, les poireaux et oui en effet il y a une saucisse. J'ai appris le métier de chef au Dolder Grand, à Zurich. On reproduisait systématiquement les recettes du grand Escoffier. Aujourd'hui on peut en conserver des éléments, mais on cuisine de façon beaucoup plus saine. Il faut oser... Comme mon arrière-grand-père quand il a ouvert son restaurant végétarien, à Zurich, en 1898.

Mais en Suisse romande aussi les choses changent...

Oui il y a dix ans, on n'aurait pas encore osé venir en Suisse romande. Le marché restait dominé par des brasseries où on proposait majoritairement du steak frites. Aujourd'hui beaucoup de clients nous demandaient l'ouverture d'un Tibits à Lausanne et certains en réclament un à Genève.

Lire l'entretien complet sur htr.ch/fr

Le changement commence ici!
www.hoteljob.ch

Le No 1 parmi les plates-formes de l'emploi suisses pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme.

htr hotel revue

hotelformation.ch
hôtellerieuisse

Faites carrière dans la branche hôtelière

Formations initiales et continues reconnues par la branche pour les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration

www.hotelformation.ch

hôtellerieuisse
Swiss Hotel Association

Jet-Cut.
Inox - Dispenser+

Nouveau chez votre CC et fournisseur partenaire

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

hotellerie suisse
protel

In «Tanjans Kochbuch» feiert Tanja Grandits die einfache Küche: Die Spitzenköchin über Luxus in ihrer Küche und den Luxus, nicht jedem Trend folgen zu müssen.

FRANZISKA EGLI

Tanja Grandits, Erbsen-Miso-Suppe, Salbei-Huhn, Kernen-Knäckebrot: Ihr sechstes Buch haben Sie der einfachen Küche gewidmet. Warum?

Um zu zeigen, was ich in meinem Alltag, den ich gemeinsam mit meiner Tochter teile, so zubereite. Im Restaurant fungiere ich vorab als Gastgeberin oder ich bin am Pass. Ich bin wenig in den Kochprozess eingebunden. Ganz anders in meiner freien Zeit: Da bin ich aktiv am Kochen, will aber auch nicht den ganzen Tag mit Rüsten verbringen. So sind über die Jahre hinweg zahlreiche einfache Gerichte entstanden. Kommt dazu, dass ich seit geraumer Zeit in der Coop-Zeitung eine Kolumne mit alltäglichen Rezepten habe, auf die ich immer so schöne Feedbacks erhalte. Im Gespräch mit Gästen habe ich realisiert: Meine Kochbücher sind zwar sehr beliebt, für Laien aber doch anspruchsvoll. Diese Lücke wollte ich schliessen.

Die Buchvermittlung fand sogar in Ihrer Wohnung über dem «Stuckis» statt. Keine Hemmungen, fremde Leute in Ihr Zuhause zu lassen?

Überhaupt nicht. Ich bin ein sehr offener Mensch, und unsere Wohnung steht Freunden und Familie immer offen. Wenn wir unten im Restaurant voll besetzt sind, steht es auch den Mitarbeitenden frei, raufzukommen und sich hier in Ruhe zu verpflegen.

Unten 18-Punkte-Küche, oben einfache Gerichte. Abgesehen vom Aufwand: Unterscheiden sich die beiden Küchen?

Eigentlich nicht, denn die Philosophie, meine Art zu

«Trotz unterschiedlichem Aufwand: Oft beeinflusst die eine Küche die andere.»

Tanja Grandits
Restaurant Stucki, Basel

ihn im Restaurant pflege – das sollte jedoch nicht zwingend für das Buch gelten. Ich habe dann beim Shooting realisiert, wie stark diese Monochromie in mir

Kochen ist – Aufwand hin oder her – am Ende dieselbe. Sehr oft auch beeinflusst die eine Küche die andere und umgekehrt. Aber im «Stuckis» koche ich ja seit zehn Jahren monochrom. Ich widme jedes Gericht einer

Farbe, weil ich der Überzeugung bin, dass man weniger abgelenkt ist beim Essen und sich Produkte mit derselben Farbe auch bezüglich Aroma gut ergänzen. Das ist mein Stil, wie ich

drin ist. Es kostete mich zu Beginn Überwindung, mich davon zu lösen.

Eine gewisse Einfachheit wird vermehrt auch auf gehobenem Niveau zelebriert: weg von Luxusprodukten etwa, hin zu althergebrachten Konservierungsmethoden. Wie beobachten Sie diese Entwicklung?

Luxus zeigt sich heute in einer grossartigen Vielfalt, und vermehrt verlagert er sich in die Zubereitung, was tolle ungewöhnliche Gemüsegerichte zur Folge hat. Dennoch mag ich es, wenn sich unter zwölf Gängen auch das eine oder andere Trüffel- und Kaviar-Gericht befindet. Das erwartet unser Gast, und ich serviere ihm noch so gerne etwas Luxuriöses, das er in seinem Alltag nicht hat.



Nie ohne ihre Kräuter und Gewürze: Auch in ihrer freien Zeit kocht Tanja Grandits leidenschaftlich gerne.

S. Stäubli

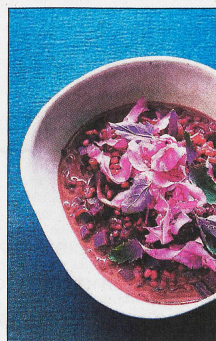
Dingen, die man getrost belassen und auf die man jederzeit zurückgreifen kann. Das reicht von meiner Lieblingshose, die ich beim Yoga, beim Kochen, aber auch beim Wandern trage, geht über meine Lieblingskräuter und -Gewürze bis hin zu meinen Mitarbeitenden. Ich habe das grosse Glück, dass ich seit Jahren mit denselben Leuten zusammenarbeiten darf – mein Küchenchef und mein Pâtissier arbeiten seit elf Jahren mit mir, meine Assistentin seit zwölf Jahren. Es ist grossartig zu wissen: Wir denken in dieselbe Richtung, ich muss mich nicht immer neu erklären. Das vereinfacht so vieles.

Es nahen die Festtage und die opulente Zeit. Wie zeigt sich das in Ihrem Restaurant?

Über die Weihnachtstage ist das Restaurant geschlossen. Wir öffnen Ende Jahr wieder. Am Silvesterabend wird es so richtig festlich und luxuriös, die Gäste erwartet ein aussergewöhnliches Menü mit Kaviar, Périgord-Trüffeln, Austern. Der Abend hat Tradition. Von jeher kommen fast immer die gleichen Gäste, und er gilt mitunter auch deswegen als einer unserer schönsten Abende des Jahres – auch für uns als Team.

Und über dem Restaurant, in Ihrem Zuhause?

Bei uns oben hat es sich eingebürgert, dass ich an Heiligabend Loup de Mer in der Salzkruste zubereite. Das ist einer meiner Lieblingsfische, effektiv als Festtagsgericht, aber auch hier: ganz einfach in seiner Zubereitung.



Monochromie aus dem neuen Buch: Rote-Bete-Kokos-Curry mit Gerste.

AT Verlag/Lukas Lienhard

Was sind kulinarische Themen, die Sie derzeit beschäftigen?

Eigentlich alles: meine Kräuter, die Gewürze, Getreidearten ... ich kann das gar nicht so genau festmachen. Mir ist überhaupt wichtig, dass ich mich nicht auf alles stürzen muss. Weder will ich nun alles fermentieren, noch überwiegt derzeit ein japanischer Einschlag. Ich bin von jeher gerne offen für alles. Aber vielleicht entspringt dies auch einfach einer gewissen Gelassenheit, wie sie das Alter mit sich bringt (lacht).

Dass man sich vermehrt auf das Wesentliche konzentriert?

Absolut. Es ist ein Geschenk, täglich Neues ausprobieren zu können. Es ist aber auch toll, wenn man mit den Jahren über eine Art Speicher verfügt mit

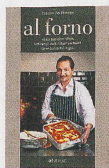


Zum Buch: So alltäglich die Gerichte in Grandits' sechstem Buch sind, es ist wie all ihre Werke äusserst stilvoll in der Gestaltung, aromatisch und farbenfroh sind die Kreationen. Ihr idiosyncratischer Fundus an Salzen, Ölen, Knusperpottungen und Sirupen bietet auch Profis Inspiration.

Tanja Grandits, **Tanjans Kochbuch**. Vom Glück der einfachen Küche, AT Verlag, 320 Seiten, ISBN 978-3-03800-067-0, Fr. 39.90

Bücher zu Themen, die uns ins 2019 begleiten

Claudio del Principe und sein Italo-Slow-Food aus dem Ofen



War «A Casa» eine Ode an die beste aller Kochzutaten, die Zeit, ist «Al Forno» eine an die ungeschönste Schönheit jeder Küche, den Ofen. Auch das neueste Werk des Basler Autors und Foodbloggers Clau-

dio del Principe trägt seine für ihn typische schlichte wie sinnliche Handschrift. Mit Parmigiana, Porchetta, Crespelle, aber auch mit Gerichten fern seiner Heimat Italien wie süss-saure Spare Ribs oder die «radikale Rüeblitorte» zeigt er, was ein Ofen alles kann: eigentlich alles. Vor allem Herzensgerichte.

Claudio del Principe, **Al Forno**, AT Verlag, 280 Seiten, ISBN 978-3-03800-070-9, CHF 39.90

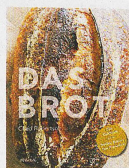
Bittor Arginzoniz und wie er das Kochen mit Feuer beeinflusst



Was heute viele Köche begeistert, ist von jeher sein Leben: Bittor Arginzoniz kocht in seinem Sterne-Restaurant Etxebarri bei Bilbao nur auf und mit Feuer und auf Grills, die er selbst gebaut hat. Wie, das zeigt der Autodidakt nun in seinem prächtigen Band «Etzebarri»: Er gibt Einblick in seine uralte Technik des Grillierens, wie er nur zwei Arten von Holz verwendet (Eiche für Fisch, Rebstock für Fleisch) sowie in seine einfachen wie legendären Rezepte (geräucherte Ziegenbutter, gesalzene Sardellen auf Toast).

Bittor Arginzoniz, **Etzebarri**, Matthäus Verlag, 356 Seiten, ISBN 978-3-87515-430-6, CHF 107.–

Chad Robertson und alle Schritte, die zu gutem Brot führen



Das Brot der «Tartine Bakery» in San Francisco ist legendär, und sein Schöpfer, der Bäcker Chad Robertson, kult – bäckt er doch nach althergebrachter, in Frankreich gelernter Manier «Country Bread». Wie, das erklärt er nun in 160 Bildern und detaillierter Anleitung in diesem prächtigen Band: vom Ansetzen des Sauerteigs über die Wichtigkeit des richtigen Mehls, den Teig, die Gärphasen bis hin zum Backen im Gusseisentopf und weiterführenden Abwandlungen. Ein fundiertes Nachschlagewerk für Profis.

Chad Robertson, **Das Brot**, AT Verlag, 304 Seiten, ISBN 978-3-03800-075-4, CHF 39.90

Yotam Ottolenghi und seine vereinfachte Levante-Küche



Ottolenghi ist längst ein Synonym für die levantinische Küche mit dem gewissen Twist. Nun legt der Israeli und Inhaber diverser Restaurants in London mit «Simple» ein Kochbuch vor, das sich im Gegensatz zu früheren Werken auf die einfache, schnelle Zubereitung konzentriert. Dennoch haben die Gerichte nichts von dem orientalischem raffinierten und aromatischen Zauber ihrer Herkunft eingebüsst. Nebst den typischen Hülsenfrüchten und Gemüsegerichten gibt es auch je ein Kapitel zu Fisch und Fleisch.

Yotam Ottolenghi, **Simple**, Dorling Kindersley Verlag, 320 Seiten, ISBN 978-3-8310-3583-0, CHF 38.90

Jordi Roca und wie verrückte Ideen die Patisserie reformieren



Endlich liegt es auch auf Deutsch auf, das von Jordi Roca sinnigerweise «Anarkia» genannte Werk. Jordi Roca, mehrfach ausgezeichnete Pâtissier im weltberühmten «El Celler de Can Roca» in Girona, präsentiert anhand von über 2000 Fotos 115 seiner verrücktesten Kreationen und bietet so eine Art Kompendium der extravagantesten Desserts. Ein Muss für alle Fans.

Jordi Roca, **Anarkia**, Matthäus Verlag, 560 Seiten, ISBN 978-87515-423-8, CHF 165.–

Alle Bücher sind erhältlich auf hotellerieuisse.ch/buchshop



Wir verstehen Hotels

Die ganze Gebäudetechnik aus einer Hand

Als Preferred Partner von hotelleriesuisse bieten wir massgeschneiderte Lösungsansätze für die ganze Gebäudetechnik und technologische Innovationen für Ihr Hotel und Gastrobetrieb. Nutzen Sie unsere Multitec-Dienstleistung – die gewerkeübergreifende Zusammenarbeit unter einer Projektverantwortung. Mit insgesamt 96 Standorten in der ganzen Schweiz sind wir überall in Ihrer Nähe.

Hotelleriesuisse-Mitglieder profitieren von unseren attraktiven Sonderangeboten. Vom kostenlosen Lüftungsscheck bis hin zur WLAN-Analyse. Entdecken Sie jetzt Ihr Angebot unter hotel-bouygues-es.ch.



Bouygues E&S InTec Schweiz AG
SPOC hotelleriesuisse
Tel. +41 44 905 58 02
hotel@bouygues-es.com

Öffnungszeiten Telefonzentrale:
Mo – Fr: 07.00 – 12.00 und 13.00 – 17.00 Uhr



Shared innovation



Bei der Public Area orientiert sich Stay Kooook an Lifestyle-Hotelkonzepten mit viel Community für digitale Nomaden. Im «Greenhouse» (r.) kann sich der Gast seine Zimmerpflanze ausleihen. Renderings zvg

Die neue Apartment-Generation

Knappe Innenstadtlagen verlangen nach wenig Flächenbedarf: SV Hotel hat mit «Stay Kooook» ein Longstay-Hotel kreiert, das 20 m² pro Wohnung misst. Ein neuer Benchmark.

GUDRUN SCHLENCZEK

Bis anhin hat SV Hotel vor allem als Franchisenehmerin von Marriott von sich reden gemacht. Mit Marriott-Marken wie Courtyard, Renaissance oder Moxy expandiert das Hotel-Geschäftsfeld der Schweizer SV Group seit Jahren kräftig in den Zielmärkten Schweiz und Deutschland. Nun hat SV Hotel mit «Stay Kooook» die erste Hotel-Eigenmarke angekündigt: und zwar nicht im klassischen Hotelmarkt, sondern ein Extended-Stay-Konzept für Langzeitaufenthalter. Serviced-Apartment-Konzepte gibt es zwar schon zahlreiche. Aber nicht eines, wie es Beat Kuhn, Managing Director von SV Hotel, nachschwebte: mit grösstmöglichem Komfort auf

kleinster Fläche zu bezahlbarem Preis und mit der richtigen Wohlfühl-Atmosphäre für digitale Nomaden. Kleine Fläche bedeutet bei Stay Kooook: Das Apartment-Zimmer misst gerade mal 20 m², und das bei voller Wohnausstattung – das heisst mit Entrée, Bad, gut ausgestatteter Küche inklusive Kühlschrank mit Gefrierfach, Spül- und Waschmaschine und einem Schlaf-/Wohnbereich mit Tisch und bequemem Stuhl. Und SV Hotel will die Flächenoptimierung noch weiter treiben: «Wir arbeiten daran mit 19 m² auszukommen.»

Warum ein Minimieren des Flächenverbrauchs so wichtig ist, erklärt Kuhn gleich selber: «In Innenstadtlagen ist Fläche ein

knappes Gut.» Stay Kooook ist so ausgelegt, dass auch 30 Apartment-Einheiten sich rechnen, leer stehende Büroetagen sich so gut umnützen lassen. Zum Vergleich: Das von SV Hotel gepushte Design-Hotelkonzept Moxy zählt mindestens 120 Zimmern.

Konkurrenten tun sich mit voll ausgestatteten Kleinfächern schwerer

«Als sich das Segment bis vor wenigen Jahren noch in der Nische bewegte, bestimmten Marktteilnehmer mit flächenmässig grösseren Einheiten mit oft abgetrennten Schlafbereichen den Markt», erläutert Anett Gregorius, Inhaberin des deutschen Vermittlungs- und Beratungsunternehmens Apartmentservice, das auch den jährlichen Branchentreff «SOAPART» ausrichtet. «Der grosse Bedarf einerseits und die hohen Immobilienpreise andererseits haben nun Mikroapartments mit unter 25 m² in den Fokus gerückt.» Die grosse Nachfrage war ein wichtiger Treiber für das neue SV-Konzept. Gemäss einer Studie von Apartmentservice erzielt die Kettenhotellerie 25 Prozent des Geschäfts im Extended-Stay-Bereich. Langzeitgäste sind bei SV Hotel alle, die länger als fünf Tage bleiben. Treiber war für Kuhn auch die attraktive Marge: «Stimmt das Produkt, fällt die Zimmerrate bei Longstay gar nicht so viel tiefer aus.»

Schaut man sich auf dem aktuellen Serviced-Apartment-Markt um, findet man tatsächlich nicht

sofort Entsprechendes. Entweder fehlt für die Langzeitgäste die Küche im Zimmer (wie bei «The Student Hotel» oder «Lyt» von Ascott) und man beschränkt sich auf Gemeinschaftsküchen, oder die Zimmer sind grösser (wie bei Harry's Home

das erste eröffnet am 1. April in Zürich Wallisellen). Zoku aus den Niederlanden haben bisher punkto Raumoptimierung die Nase vorn und gelten mit ihrem ausgeklügelten System als Benchmark in der Hotel-Micro-Living-Szene (siehe Zweittext). 20 m²-Studios inklusive Bad und Küche realisiert auch die GBI AG. Allerdings sind diese für eine Person ausgelegt

und richten sich an Studenten. Für Geschäftsleute messen die Wohnungen mit in der Regel 22 bis 26 m² aber auch noch weniger. Der deutsche Projektentwickler, der sonst mit internationalen Hotelketten zusammenarbeitet, unter anderem auch mit Marriott, will mit seinen – ebenfalls – Longstay-Eigenmarken nach Deutschland und Österreich nun in die Schweiz (siehe Zweittext).

Bei Kurzaufenthalten liegt die Zimmerrate höher als im Hotel

Die Quadratur der Fläche hat SV-Hotel durch geschickte Flächenplanung und viele Box-in-the-Box-Systeme, aber vor allem auch durch ein verschiebbares Schrankelement erreicht: Dieses trennt den Schlaf-/Wohnbereich von der Küche. Um die ganze Bettbreite nutzen zu können, muss der Gast den Schrank Richtung Küche verschieben. Das Prinzip hat man sich aus der Bibliothek abgeschaut, auf Schienen gleitet der Schrank in die gewünschte Richtung. Ende November lud SV Hotel die beteiligten Konzept-Partner zu Besichtigung des ersten Musterzimmers im eigenen Hotel Amar in Olten. Überrascht hat die Wohnlichkeit, die das Micro-Apartment dank seiner vielen Wohnaccessoires ausstrahlt: Kuhn will dem Gast einen Aufenthalt bieten, wie er ihn bei einer Airbnb-Buchung erlebt. Nur mit

Hotelservice und viel Gemeinschaft wie gemeinsamem Pizzessen, das Langzeitgäste zu Hause fühlen lässt. Eine zentrale Funktion wird der jeweilige Gastgeber, der «Host» haben, mindestens 12 Stunden pro Tag soll die Gastgeberrolle vor Ort besetzt sein. «Der Host wird für eine persönliche Betreuung des Gastes sorgen.» Auch wenn Check-in und -out voll digitalisiert erfolgen: «Wir wollen kein digitales Hotel, sondern ermöglichen bewusst den Offline-Kontakt», betont Kuhn.

Die Public Area mit Lounge-Bereich, Gemeinschaftsküche, Billardtisch und Co-Working-Area ist dabei nur Hotelgästen zugänglich. Das Frühstück, ein Grundangebot an Snacks sowie Kaffee ist bei Stay Kooook inklusive. Es sind aber nicht diese inkludierten Extras die Stay Kooook für einen Short-Stay etwas teurer werden lassen als ein vergleichbarer Hotelaufenthalt: Die geballte Infrastruktur in den Micro-Apartments zieht eine entsprechende Abschreibung nach sich. Das erste Kooook in der Schweiz wird 2020 in Bern in der «Wankdorfcity» eröffnet.



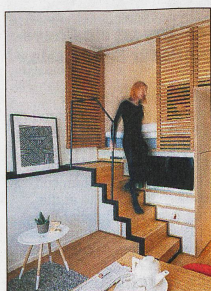
«Wir arbeiten daran, mit 19 Quadratmeter pro Apartment auszukommen.»

Beat Kuhn
SV Hotel



Stay Kooook: Wohnliche 20 m² mit verschiebbarem Schrank, Küche mit Waschmaschine und Bad.

Zoku Der Pionier expandiert 2020 nach Kopenhagen und Wien



Zoku: Verstaubare Treppe führt zum Hochbett. Ewout Hubbers

Zwei Jahre nach der Ersteröffnung in Amsterdam (133 Zimmer) kündigt das niederländische Longstay-Konzept Zoku für 2020 eine Expansion nach Wien und Kopenhagen (160 Lofts) an. Eine Zoku-Loft misst 24 m² und beinhaltet neben Bett, Bad, Küche, einen Meetingplace, Sofaecke und Fahrradraum. Das 2016 vom Wirtschaftsmagazin Forbes in die Liste der 25 weltweit coolsten Hotels aufgenommenen Konzept, bietet aber auch viel Gastronomie, Community-Place und Meetingräume. Man vergleicht sich qualitativ mit 4-Sterne-Hotels und zielt auf Businessgäste ab. gsg

livezoku.com

Smarte Apartments für Businessgäste und für Studenten ab 20 m²

Der deutsche Hotelentwickler GBI führt die Longstay-Eigenkonzepte «SMARTments student» (Ein-Person-Apartment mit Kitchenette: 20 m²; 17 Häuser realisiert) und «SMARTments business» (22 bis 24 m²). Für beide Konzepte hat GBI den Schweizer Markt im Visier. Eine App für den komplett digitalen Check-in inklusive einer Lösung für den Verlust des Key-Card-Schlüssels steht kurz vor dem Launch. Die Reception ist stundenweise besetzt. Im Haus Berlin-Karlshorst testet man ein eigenes Gastronomieangebot: CO.ME.IN Food & Coffee. gsg

gbi.ag / comeincafe.de



Smartes Apartment mit wenig Platzbedarf. Wolfgang Scholven

Stay Kooook Micro-Longstay-Konzept von SV Hotel

Die Fakten zu Stay Kooook: **Zimmergrösse:** ab 20 m²; **Zimmerausstattung:** Bad mit Dusche, Küche u.a. mit Kühlschrank, Abwaschmaschine und Waschmaschine; **Bettbreite:** 1,60 Meter. **Total m²-Bedarf pro Zimmer (incl. Public Area):** 35 m². **Check-in/-out** sind digitalisiert. Das erste Stay Kooook in der Schweiz eröffnet Anfang 2020 in Bern: mit 62 Zimmern und 250 Stellenprozenten (ohne Housekeeping). In Deutschland folgt das erste in Nürnberg. gsg

staykooook.com

Heimisch, bekömmlich, vielseitig

Das im Aufwind begriffene Rapsöl punktet mit Swissness und Vielseitigkeit. Für innovative Köche ist es gar eine ideale Fettalternative für die vegane Küche.

FRANZISKA EGLI

Im traditionellen «Hôtel de Ville» bei Franck Giovannini kommt es ebenso zum Einsatz wie bei der Avantgarde unter den Terroir-Köchen von Nenad Mlinarevic über den «Leaf-to-Root»-Koch Pascal Haag bis zu Sebastian Rösch vom Zürcher «Mesa». Schweizer Rapsöl mausert sich vom einstigen Maschinenöl zur Delikatesse und macht dem bisherigen Spitzenreiter Olivenöl und dem Allrounder Sonnenblumenöl ernsthaft Konkurrenz. Und das längst nicht nur als kalt gepresstes Erzeugnis, wie es in der gehobenen Gastronomie bevorzugt wird, sondern auch im raffinierten Bereich, wo es in der herkömmlichen Gastronomie, der Industrie sowie im Detailhandel höheren Absatz findet.

Zu dieser Entwicklung beigetragen hat nicht zuletzt der Verein Schweizer Rapsöl, der sich aus Vertretern der gesamten Wertschöpfungskette zusammensetzt



Franck Giovannini (rechts) nutzt das Rapsöl von Moulin de Sévery als Aromaträger und zum Abschmecken.

Bilder Caspar Martig

und mit einer Marketingoffensive viel Aufklärungsarbeit betreibt. Die Vorteile liegen auf der Hand: So deckt die inländische Produktion nicht nur den Bedarf ab und verfügt das Öl über eine hervorragende Fettsäurezusammensetzung

(siehe Grafik unten). Dank ausgeklügeltem Qualitätssicherungssystem lässt sich das Produkt hierzulande von der Flasche bis zum Feld zurückverfolgen, was für eine konstant hohe Qualität sorgt und ein Erzeugnis hervor-

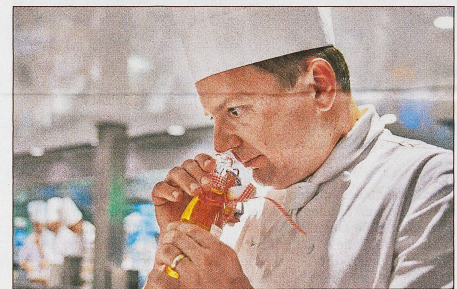
bringt, das ganz im Sinne der Regionalität und Nachhaltigkeit ist.

Die Firma Zweifel wie auch die SV Group stellen auf Raps um

Fürs Jahr 2018 verzeichnete der Sektor eine Anbaufläche von 23 000 Hektaren und einen Ertrag von knapp 78 000 Tonnen, wobei Nachfrage und Angebot mittels Vertragsproduktion jährlich aufeinander abgestimmt werden. «Das Wachstum beobachten wir insbesondere beim Holl-Rapsöl mit aktuell einem Drittel der Produktion», erklärt Stephan Scheuner, Geschäftsführer des Vereins Schweizer Rapsöl. Der Holl-Raps ist eine speziell gezüchtete Rapsorte, die – ergänzend zum klassischen raffinierten und kalt gepressten – ein hitzebeständiges Öl liefert. Firmen wie Zweifel haben ihre Chips-Produktion von ausländischem Sonnenblumenöl auf heimisches Holl-Rapsöl umgestellt. Aber auch die Gastronomie sorgt für Aufschwung, wie etwa die SV Group, die aufgrund des günstigen Fettsäurezusammensetzungspektrums, des Lokalaspekts sowie der vielseitigen Verwendbarkeit ausschliesslich Schweizer Rapsöl verwendet: In den Küchen des Grossanbieters wurden allein im

«Das milde Rapsöl ist eine optimale Basis, um selber Aromaöle herzustellen.»

Sebastian Rösch
Restaurant Mesa, Zürich

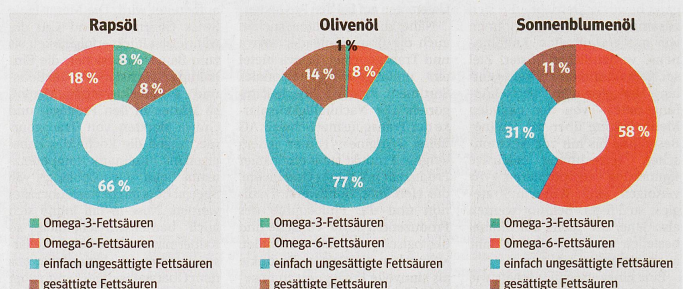


ersten Halbjahr 2018 130 Tonnen Holl- sowie 50 Tonnen klassisches Rapsöl verwendet. Auf weit über 90 Prozent bezieht Scheuner denn auch die Verwendung dieser beiden Sorten.

«Das kalt gepresste Rapsöl macht einen kleinen Teil aus», sagt er, der ihm dennoch viel Potenzial attestiert. Schweizweit produzieren zahlreiche kleine- und grössere Manufakturen das Öl, das auch in der Spitzengastronomie Absatz findet, wie etwa jenes von Moulin de Sévery, das Giovannini im «Hôtel de Ville»

aber bei den Gastronomen. «In herkömmlichen Küchen ist der Preis alles entscheidend. Einzig Spitzenhäuser sind bereit, den Preis für ausgewählte Produkte zu zahlen», weiss Ewa Kressibucher von der Thurgauer Naturöl AG, die vor 20 Jahren als eine der Ersten Rapsöl herstellte und das «Stuckis» in Basel wie das «Dolder» in Zürich zu ihren Kunden zählt. Umso wichtiger ist Kressibucher die Sensibilisierung: Regelmässig kommen Kochklassen vorbei und lassen sich in ihr Handwerk einweihen. Wen man mal gewonnen hat, so ihre Erfahrung, der bleibt dem Produkt treu. Mehr noch: «Das Öl wandert mit. Wechselt ein Koch die Arbeitsstätte, geht das Produkt mit», freut sie sich.

Rapsöl Viel Omega-3-Fettsäuren



Pflanzenöle spielen in der Ernährung eine wichtige Rolle, vor allem jene, die über eine optimale Fettsäurezusammensetzung – wie es das Rapsöl aufweist – verfügen: Im

Vergleich mit anderen Speiseölen hat es ein optimales Fettsäuremuster mit einem hohen Gehalt an Omega-3- und Omega-6-Fettsäuren. In der Lebensmittelpyramide

der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung ist es als einziges Öl aufgeführt.

Quelle: raps.ch

ANZEIGE

hotelbildung.ch

hotelleriesuisse



Herzliche Gratulation!

Diplomierte der Hotelfachschule Thun –
Diplomfeier vom 7. Dezember 2018

Aeschbacher Astrid, Bern
Beyeler Michèle, Gerzensee
Borloz Pierre, Bern
Bucher Anja, Thun
Burkhalter Philipp, Thun
Feller Reto, Birrhard
Fuchs Martina, Hochdorf
Gabriel Dario, Ennetbürgen
Gessler Samuel, Zürich
Grimm Marc, Lüscherz
Haldimann Philippe, Solothurn
Haymoz Sarah, Thun
Hebeisen Céline, Aesch
Heiniger Livia, Bern
Jutzi Fabio, Thun
Kieliger Fabian, Schattdorf
Krasniqi Dafina, Luzern

Luck Annika, Basel
Maurer Christopher, Port
Messerli Milena, Bürglen
Pfäffli Claudia, Thun
Piunti Vasco, Gunten
Prack Alex, Schüpfen
Räber Pascal, Nottwil
Rentsch Remo, Binningen
Rohn Céline, Burgdorf
Romang Natalie, Gstaad
Salzano Fabian, Unterseen
Spicher Ladina Maria, Gurmels
Svetozarevic Mihajlo, Wittenbach
Vastag Marian, Basel
Welte Jannic, Ormalingen
Wölflin Anja, Wabern
Zihlmann Enrico, Basel

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
CH-3001 Bern
Telefon +41 31 370 41 11
Telefax +41 31 370 44 44
bildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelbildung.ch

hotelfachschule thun
soul passion system

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Experte weiss Rat

Die dritte Säule für Selbstständige



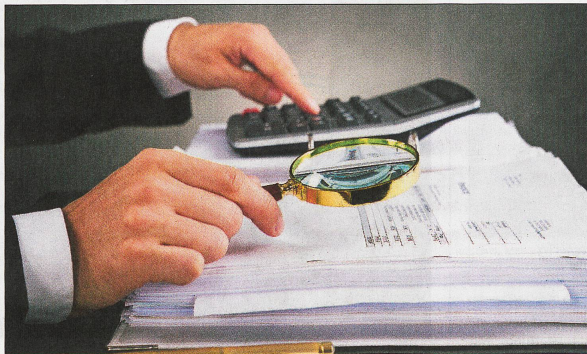
Mathias Keller
ist Dipl. Steuerexperte,
Betriebsökonom FH und
Mitglied der Geschäfts-
leitung. Er beantwortet an
dieser Stelle regelmässig
Ihre Fragen.

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

Bis Ende Juni war ich als Vizedirektor in einem Hotel in Zürich angestellt. Als Angestellter war ich natürlich BVG-versichert, weshalb ich noch im Juni 2018 den Maximalbetrag für die Säule 3a einbezahlt habe. Ab Juli betreibe ich nun ein kleines Restaurant in Form einer Einzel-firma. Die ersten Monate liefen ausge-zeichnet und ich kann voraussichtlich mit einem Gewinn von rund 100'000 Franken für die ersten sechs Monate rechnen. Ich habe entschieden, mich vorderhand nicht mehr dem BVG zu unterstellen. Nun habe ich etwas von einer «grossen Säule 3a» gehört. Wäre dies etwas für mich?

Antwort: Im Gegensatz zu den Beiträgen, die an Einrichtungen der beruflichen Vorsorge geleistet werden (2. Säule), ist der Abzug der Beiträge an die gebundene Selbstvorsorge mit einem fixen Höchstbe-trag begrenzt. Einkauf oder Nachzahlung von Beiträgen sind bei der Säule 3a – im Gegensatz zur 2. Säule – nicht möglich. Der Umfang der Abzugsberechtigung ent-spricht zugleich der Höhe der zulässigen Beiträge. In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass die für anerkannte Vorsor-geformen geleisteten Beiträge nicht nur vom Einkommen in Abzug gebracht werden können, sondern auch von der Vermögenssteuer ausgenommen sind. Zusätzlich unterliegen die Zinserträge, die zum Vorsorgeguthaben geschlagen werden, weder der Einkommens- noch der Verrechnungssteuer. Der Abschluss von Vorsorgevereinbarungen mit mehreren Bankstiftungen und Versicherungsgesell-schaften ist zulässig.

Für Arbeitnehmer und Selbstständigerwer-bende, die einer Vorsorgeeinrichtung der



Die gebundene Selbstvorsorge ist mit einem fixen Höchstbetrag begrenzt. 123RF/ Andrey Popov

2. Säule angehören, beträgt der maximale jährliche Abzug 8 Prozent des oberen Grenzbetrages gemäss Art. 8 Abs. 1 BVG. Für das Jahr 2018 beträgt dieser CHF 6768.

Erwerbstätige Steuerpflichtige, die keiner Vorsorgeeinrichtung der 2. Säule angehö-ren, können ihre Beiträge an die Säule 3a jährlich bis 20 Prozent des Erwerbseinkom-mens, jedoch höchstens bis 40 Prozent des oberen Grenzbetrages gemäss Art. 8 Abs. 1 BVG in Abzug bringen. Das ergibt für das Jahr 2018 den Höchstabzug von CHF 33840. Bei einem Wechsel in der Abzugs-berechtigung (mit/ohne 2. Säule) gelten die jeweiligen Maximalabzüge und der höchste

zulässige Abzug insgesamt (keine Pro-rata-Berechnung).

Dies würde in Ihrem Fall bedeuten:
Arbeitnehmer bis 30.6.2018; ab 1.7.2018
Selbstständigerwerbender ohne 2. Säule,
erster Geschäftsabschluss 31.12.2018,
Gewinn CHF 100'000.

geleistete Beiträge an Säule 3a:
Juni 2018 CHF 6768
Dezember 2018 CHF 25'000
Total CHF 31'768
rechnerische Abzüge maximal:
01.01.–30.06.2018 CHF 6768
01.07.–31.12.2018 CHF 20'000
(20% von CHF 100'000)

Nicht nur BVG-Einkäufe sondern auch Beiträge an die Säule 3a müssen richtig geplant werden, damit sie steuerlich akzeptiert werden. Ein Einkauf respektive eine nachträglich Einzahlung von Säule 3a Beiträgen ist nicht möglich.

zulässiger Abzug maximal: CHF 26'768
Rückzahlungspflichtig CHF 5'000
Der Abzug ist in jedem Fall auf CHF 33'840 limitiert.

Beitragszahlungen, welche die im Einzel-fall gegebene Abzugsberechtigung übersteigen, gelten als freie Sparleistun-gen. Sie werden deshalb beim Vermögen aufgerechnet. Eine Aufrechnung der entsprechenden Zinsen wird dagegen wegen Geringfügigkeit meist unterbleiben.

Der Steuerpflichtige wird aber aufgefor-dert, das Vorsorgekonto bzw. die Vorsor-geversicherung berichtigen zu lassen. Der Vorsorgeträger muss somit eine Rückzahlung (oder Umbuchung) der zu viel bezahlten Beiträge vornehmen. Aufgrund einer steueramtlichen Bestäti-gung ist der Vorsorgeträger hierzu sowohl berechtigt als auch verpflichtet. Die erfolgte Berich-tigung ist vom Vorsor-ge-träger ausdrücklich zu bestätigen.

Haben Sie Fragen an Mathias Keller?

Schreiben Sie ein E-Mail an Mathias Keller,
Bommer+Partner Treuhandschaft:
m.keller@bommer-partner.ch

ANZEIGE

STELL UM AUF NATÜRLICHE ENERGIE.

RAMSEIER
100% FRUCHTSAFT
PREMIUM
MULTIVITAMIN
NATURREIN
1L

Neu: Premium Orangen-
und Multivitamin-saft in
Max-Havelaar-Qualität.

Noch fruchtiger
im Geschmack.

RAMSEIER
100% FRUCHTSAFT
PREMIUM
ORANGENSAFT
NATURREIN
1L

Im Handumdrehen zum Softgenuss.

Einfach öffnen. Sauber genossen.

RAMSEIER
Die Kraft der Natur

Heimtextil 2019: Neues Konzept findet hervorragenden Anklang



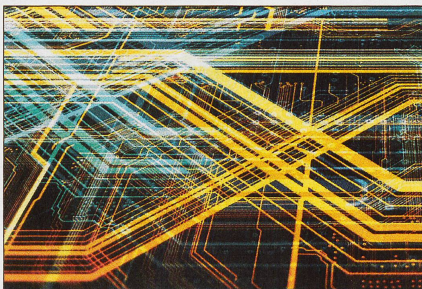
Als weltweit führende Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien präsentiert sich die Heimtextil in Frankfurt am Main (8. bis 11. Januar 2019) mit einem grundlegend überarbeiteten Konzept.

Insbesondere aus Perspektive der Einkäufer stellt sich die Heimtextil neu auf und fasst Themen und Produktsegmente noch besser zielgruppenspezifisch zusammen. Und das neue Konzept kommt schon jetzt hervorragend an: Erstmals seit 15 Jahren steuert die Heimtextil wieder auf eine Ausstellerzahl von mehr als 3000 zu.

Top-Thema ist einmal mehr die textile Objektausstattung: Mit zahlreichen Produktpräsentationen, Vorträgen und Führungen liefert die Heimtextil im Rahmen ihrer «Interior.Architecture.Hospitality Expo» in der Halle 4.2 wertvolle Impulse – unterstützt und ermöglicht durch erfahrene Branchenpartner. Damit ist die Halle 4.2 die erste Anlaufstation für die Zielgruppe Innenarchitekten und Experten für Hospitality. Rund 500 Heimtextil-Aussteller halten Produkte speziell für das Contract Business bereit.

www.heimtextil.messefrankfurt.com

Digitaler Einkaufsprozess HOREGO DIGITAL, von der Bestellung bis zur Rechnung



Die HOREGO AG ermöglicht ihren Kunden den kostengünstigen und effizienten, digitalen Bestellprozess. Bestellungen und Inventuren lassen sich einfach und mit wenig Aufwand in «HOREGO INTEGRAL» ausführen. Schnittstellen zu Warenbewirtschaftungs- und Menükalkulations-Systemen runden diesen Onlineshop ab. Das digitale Kreditorenmanagement «HOREGO INVOICE» stellt die artikelgenaue Preisüberwachung sämtlicher Bestellungen sicher, kontiert automatisch und übergibt die Daten einer Finanzbuchhaltungs-Software. Studien haben ergeben, dass mit diesem Workflow rund 30% der

anfallenden Prozesskosten eingespart werden.

HOREGO AG bietet Beratungsdienstleistungen in allen Belangen des Einkaufs mit einem Sortiment von rund 30000 Artikeln über ihre Partner an.

Die digitale Zukunft hat begonnen. Steigen SIE ein!

Für Informationen wenden Sie sich an Urs Gscheidle.
Tel. 044 366 50 46 oder per Mail
u.gscheidle@horego.ch

www.horego.ch



ATMOSPHERE, perfekte Illusion in bester Auflösung.

Im Zeichen von Vielfalt und Behaglichkeit – und die Welt kann warten

Wir erwarten beim Saunabad nicht mehr nur Hitze, sondern eine Wohltat für alle Sinne. Bietet ein Spa-Bereich diese sinnlichen Momente, wird er zu einem begehrteten Ort. «Begeisterungstreiber» sind formschön gestaltete Anlagen, die dem Auge schmeicheln, hochinnovative Produkte für Gesundheit und Regeneration – und eben diese besondere Wohnlichkeit, die uns für einen Moment zum Rückzug aus der lauten Welt einlädt.

Neben neuen Designsauna-Modellen bietet KLAFS nun einen neuen Blickfang in Ihrem Wellnessbereich. ATMOSPHERE – ein Display, welches eigens für diesen Zweck produzierte Naturaufnahmen in die Sauna zaubert – eine echte Alternative für gewerbliche Anlagen, die nicht mit einem «echten» Panoramablick in die Natur aufwarten können.

Für ein erfrischendes Abkühlserlebnis nach dem Saunabad steht

als Hingucker die neue EISLOUNGE mit dem Eisbrunnen STALAGMIT parat. Damit beweist KLAFS seine Kompetenz auch am unteren Ende der Temperatur-Skala.

Damit keine Wünsche offen bleiben, wurde die bekannte Sauna S1 um die Sauna S1 manuell ergänzt. Perfekt, um ein Hotelzimmer aufzuwerten.

www.klafs.ch

BADAG GmbH in Emmen steht für faire Preise



Getreu dem Motto «Grosse Menge, kleiner Preis» – bietet Ihnen BADAG ein riesiges Sortiment von Sanitärprodukte-Marken an. Sie kennen Ihren Bedarf und wissen ganz genau, was Sie benötigen – lassen Sie es uns umgehend wissen. Als Bindeglied zwischen den verschiedenen Herstellern und Ihnen als Kunde, bieten wir Ihnen die Möglichkeit, die Produkte direkt einzukaufen. Wir bieten Ihnen den Zentraleinkauf von diversen Sanitärprodukten an. Sie haben einen Ansprechpartner, der seit mehr als 20 Jahren dieses Direktkaufmodell vorantreibt.

Wir sind auch in der Lage «internationale Preise» anzubieten. Somit kann man sich den Gang über die Grenze sparen, und Sie müssen sich nicht mit Transport-, Zoll- und weiteren Zusatzkosten befassen.

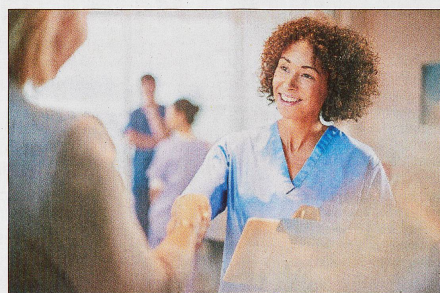
Gerne beraten wir Sie auch vor Ort oder auch in unserer neu gestalteten Ausstellung in Emmen. Für weitere Infos steht Ihnen unser erfahrenes Team gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

www.badag.ch

Rundum versorgt mit Pistor Care

Pistor versorgt Alters- und Pflegeheime sowie Spitäler nicht nur mit Lebensmitteln, sondern seit Anfang dieses Jahres auch mit medizinischem Verbrauchsmaterial. Alles aus einer Hand – für Pflege und Küche.

Ein lösungsorientierter Service
Pistor kombiniert ihre Angebote zu modularen Individuallösungen und bietet Alters- und Pflegeheimen sowie Spitälern damit genau das, was sie erfolgreicher macht. Nicht nur das umfassende Sortiment, das grosse Spezialisten-Netzwerk und die innovativen Dienstleistungen sind auf die Bedürfnisse der Pflegebetriebe ausgerichtet. Dank des lösungsorientierten Services von Pistor arbeiten Heime und Spitäler effizient und kostensparend. Beschaffungsprozesse von Pflegeabteilung, Hauswirtschaft und Küche werden gemeinsam optimiert – von der Bestellung bis hin zur Abrechnung.



Rundum versorgt mit Pistor Care.

sturti/Getty Images

Lösung mit Herz
Basis dafür ist die partnerschaftliche Begleitung durch Pistor entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Die Pistor Care Fachberatung verfügt über einen medizinischen Hintergrund,

berät Sie mit viel Herzblut und steht Ihnen kompetent zur Seite. Besonders das übersichtliche Inkontinenzsortiment ermöglicht persönliche Pflegelösungen und ein einfacheres Handling für das Pflegepersonal.

Partnerin für das Inkontinenzmanagement

Inkontinenz ist eine Herausforderung für alle. Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit bei der Versorgung Betroffener ist unabdingbar. Pistor Fachpersonen begleiten von der Testphase eines Produkts über die reibungslose Einführung bis hin zu dessen täglicher Anwendung. Individuelle Mitarbeiterschulungen runden den Service ab.

Wenn der Virus ausbricht

Ebenso unterstützt Pistor mit praxistauglichen Unterlagen. Aktuell zum Norovirus. Bei dessen Ausbruch muss rasch gehandelt werden. Pistor hat die wichtigsten Massnahmen in einer Checkliste zusammengefasst: Meldung, Isolation, Schutzmassnahmen des Personals, Reinigung und Desinfektion.

Die Checkliste zum Download sowie Produktempfehlungen unter
www.pistor.ch/norovirus

impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Redaktorinnen und Redaktoren:

Natalie-Pascaline Alesch/npa (Verantwortliche Online/News); Laetitia Grandjean/lg; Alexandre Caldera/lca (Verantwortlicher cahier français); Franziska Egli/fee; Olivier Geissbühler/og

Gudrun Schlenzler/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: Danijela Bosnjak (Verantwortliche); Anja Peverelli
Korrektorat: Paul Le Grand

Milestone Tourismuspreis

Geschäftsführung: Anja Peverelli

Verlag

Leitung: Bernt Maulaz

Assistent: Alain Hänni

Stelleninserate: Angela Di Renzo Costa

Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Fiona Russo, Raoul Wyss, Yves Golz (Westschweiz)

hoteljob.ch: Fiona Russo

Druck: NZZ Media Services AG, 9001 St. Gallen

Auflage: 10 794 (WEMF/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.sport-resort.ch

Direktor/in des Sport Resorts Fiesch

Die Genossenschaft Feriendorf Fiesch sucht für das neue Geschäftsjahr 2019/20, welches am 1. Mai 2019 beginnt, einen neuen Direktor.

Das Unternehmen

Das Sport Resort Fiesch liegt im Gebiet des UNESCO Weltnaturerbes Jungfrau Aletsch. Wir sind der grösste gruppentouristische Betrieb der Schweiz und bewirtschaften rund 1500 Betten. Wir verfügen über Gruppenunterkünfte, Gasthäuser, Jugendherberge sowie Chalets und betreiben zahlreiche Sportanlagen wie etwa ein Hallenbad und ein Sportstadion. Es wird zudem eine qualitativ hochstehende Gastronomie angeboten. Das Resort ist auf Schul-, Jugend- und Sportwochen, aber auch auf Konferenzen, Seminare, Events und Bankette für erwachsene Gäste spezialisiert. Träger der Genossenschaft sind Behörden von Städten der deutsch- und französischsprachigen Schweiz und Gemeinden der Standortregion. Das Resort verfügt über einen direkten Anschluss an das Schweizer Bahnnetz.

Ihre Aufgaben

Sie sind für einen wirtschaftlich gesunden Betrieb verantwortlich. Sie tragen zur Vertiefung unserer wieder wachsenden Gästezahlen bei. Sie nutzen unsere Investitionen in die Neugestaltung von Beherbergungs- und Sportanlagen zur Gewinnung neuer Gäste. Sie pflegen unsere zahlreichen Stammgäste. Sie sorgen für effiziente betriebliche Strukturen und ein gezieltes strategisches Marketing. Sie führen unser Mitarbeiterteam und unterstützen den Verwaltungsrat in strategischen Fragen. Sie bauen Netzwerke mit wichtigen Anspruchs-Partnern wie Gästen, Genossenschaft, Geschäftspartnern und Behörden auf.

Ihr Profil

Sie sind in der Lage, einen grösseren touristischen und gastgewerblichen Dienstleistungsbetrieb zu führen. Sie haben unternehmerisches Flair. Sie verfügen über das notwendige betriebswirtschaftliche Rüstzeug. Sie sind fähig, unsere Mitarbeiter konsequent zu führen und unser Team noch schlagkräftiger zu machen. Sie sind deutscher Muttersprache und beherrschen Französisch in Wort und Schrift.

Einreichung der Bewerbung

Ihre Bewerbungsunterlagen reichen Sie bis **5. Januar 2019** an folgende Adresse ein: Prof. Dr. Peter Keller, Präsident Genossenschaft Feriendorf Fiesch, 3984 Fiesch VS. Für Fragen steht er Ihnen unter info@profkeller.ch gerne zur Verfügung.

44454-13822

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung
Japanischen Spezialitätenkoch und/oder Sushikoch

mit japanischer Kochausbildung sowie mehrjähriger Erfahrung. Von Vorteil sind gute Kenntnisse in der jeweils anderen Disziplin. Unser Restaurant befindet sich in der Stadt Zürich.

Bitte senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung unter Chiffre 44139-13762 an hotel.revue@monbijoustrasse.ch, Postfach, 3001 Bern.

44139-13762

Gastro Express

Die führende
Stellenbörse für
das Schweizer
Gastgewerbe

www.gastro-express.ch

42858-15474

**Konzernhotellerie**

Verleihen Sie dem Betrieb neue Impulse! Optimieren Sie Umsatz und Ertrag durch persönlichen Verkauf im Lokal- und Regionalmarkt. Positionierung: Business Class Quality im Economy Price Segment. Infrastruktur: 80 Zimmer mit Air Condition, sechs vollklimatisierte Tagungsräume, Café, Restaurant und Shopping Mall sowie Ladestation für Elektroautos und Tesla Supercharger auf dem Areal. 1A-Lage – eine gute halbe Stunde von Bern entfernt.

Hauptaufgaben: Operative Leitung des Hauses. Dank optimalem Networking und geschickter Sales-Aktivitäten erreichen Sie die anvisierte Vertiefung der Integration des Hauses im regionalen Markt. Erfahrungen in Sachen Front Office, HR & Payroll bringen Sie mit. Vertrieb & Rooms sind bei Ihnen stark ausgeprägt. Sie rapportieren direkt an den Managing Director Schweiz.

Resident Manager w/m
für die operative Leitung des Hotels

Idealprofil: Ambitionierter Branchenprofi aus dem Umfeld «Managing Branded Economy Hotels». Verlässliche Intuition, mentale Präsenz und Energie sind Ihre persönlichen USP's. Musskriterium: Erfahrung in einer ähnlichen Position in der Schweiz, vorzugsweise Verkaufspraxis oder ein Leistungsausweis als Vizedirektor. Konzernhotellerie-Erfahrung erleichtert den Einstieg.

In Französisch können Sie sich so gut verständigen, dass Ihnen die Verkaufsaktivitäten im französischsprachigen Teil des Kantons leichtfallen. D/E setzen wir voraus. Wenn Sie sich angesprochen fühlen, sollten wir uns kennenlernen! – Eintritt: per sofort möglich bzw. nach Vereinbarung. Optimal für den Erstkontakt: Vorab CV/Foto via Mail senden oder Infoline 044 802 12 00 anrufen. Abends und am Wochenende: 079 402 53 00.

Ansgar Schäfer & Ireen Peer, Gesellschafterin/Mitglied GL

SCHAEFER & PARTNER

Human Resources Consultants

Forrenbergstrasse 20b · 8472 Seuzach · Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch · ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch



44444-13821



Für den Internatsbetrieb mit rund 150 Jugendlichen im Schulhotel Regina in Matten bei Interlaken, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine motivierte Persönlichkeit als

ÜK-Verantwortliche/n 40 – 80%
für die Berufe Hotelfachfrau/-mann EFZ und
Hotel-Kommunikationsfachfrau/-mann EFZ

Besuchen Sie jetzt unsere Website
www.hotelleriesuisse.ch/jobs und erfahren Sie mehr über diese spannende Stelle.

hotelleriesuisse
Ursina Wittwer
Human Resources
Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
031 370 42 59
bewerbung@hotelleriesuisse.ch

44443-13820

SO PROFITIEREN SIE FINANZIELL VOM L-GAV

Anfang Dezember war es wieder so weit: Alle gastgewerblichen Betriebe, die dem L-GAV unterstellt sind, haben die Rechnung für die jährliche Überweisung der Vollzugskostenbeiträge erhalten. Die Hälfte dieser Beträge wird für die Bildung in der Branche eingesetzt. Clevere Arbeitgeber holen daher diese Ausgaben um ein Mehrfaches zurück. Nämlich, indem sie von einem vielfältigen Aus- und Weiterbildungsangebot profitieren, das dank des L-GAV massiv günstiger angeboten wird. Dieses Jahr dürfen bereits 729 Mitarbeitende (Stand November 2018) von diesen Subventionierungen profitieren und entsprechende Lehrgänge absolvieren. Seit Beginn im Jahr 2010 konnten bereits 4000 Personen finanziell von diesem L-GAV-Aus- und Weiterbildungsprojekt profitieren.

Angesichts des lang anhaltenden Fachkräftemangels sollten jedoch noch mehr Betriebe von diesen Angeboten profitieren – es ist sicher der günstigste Weg, die eigenen Mitarbeitenden weiterzubilden. Die Vielfalt der finanziell unterstützten Lehrgänge ist gross. Diese ebnen den Weg für eine Laufbahn von der Basis bis an die Spitze des Gastgewerbes:

• Progresso für die Fachbereiche Küche, Service, Hauswirtschaft

schaft und Systemgastronomie

- fide Sprachkurse Gastronomie/Hotellerie
- EBA Nachholbildung in den Fachbereichen Küche und Restauration
- EFZ Nachholbildungen für gastgewerbliche Berufe
- Berufsbildnerkurs von hotelleriesuisse
- Tageskurs Berufsbildner von Hotel & Gastro formation Schweiz
- Weiterbildungslehrgang Avantgardistische Küche
- Berufsprüfungen
- Höhere Fachprüfungen
- Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Hohe Subventionen und Arbeitsausfallentschädigungen

Je nach Lehrgang werden bis zu 90% der Ausbildungskosten übernommen. Die Höhe der Rückerstattungen kann je nach Lehrgang stark variieren und beträgt zwischen 1560 und 15200 Franken. Die Prüfungsgebühren auf Stufe Berufsprüfungen und höhere Fachprüfungen im Umfang von 600 und 3100 Franken werden ebenfalls vollumfänglich vom L-GAV bezahlt. Auch eine Arbeitsausfallentschädigung an die Betriebe wird bei vielen

Lehrgängen entrichtet; je nach Stufe sind dies zwischen 100 und 163 Franken pro besuchtem Kurs- und/oder Prüfungstag. Es lohnt sich also in jedem Fall, von diesen Angeboten zu profitieren. Ihre Mitarbeitenden werden es Ihnen danken mit neuen Fähigkeiten, Loyalität und frischem Elan.

Detailangaben zu den finanziellen L-GAV-Unterstützungen pro Lehrgang finden Sie auf www.l-gav.ch im Bereich «Downloads/Aus- und Weiterbildungen».

Weitere Informationen erhalten Sie auch auf folgenden Websites:
www.hotelgastro.ch
www.hotelbildung.ch



Bettina Baltensperger
Leiterin Rechtsdienst, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung hotelleriesuisse
www.hotelleriesuisse.ch

STELLENINSERTATE AUF HOTELJOB.CH

Direktion / Geschäftsleitung

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
PächterIn oder GeschäftsführerIn	Restaurant Hirschenbad	BE	job5750715
Stv. Geschäftsführerin/r	HRMaker GmbH	BS	job5732020
BereichsleiterIn Gemeinschaftsgastr.	PermServ AG	ZH	job5705015
Marktleiter Food	Active Gastro Eng GmbH	D-CH	job5678198
Pächter/in	stalderprojects sagl	BE	job5633598
Leitung Aussendienst	PermServ AG	ZH	job5633507
gérant / gérante	Schweizer Jugendherbergen	U-VS	job5597272
Leiterin der Geschäftsstelle	Heilbäder und Kurhäuser Schweiz	CH	job5650644
Betriebsleitung	Schweizer Jugendherbergen	ZH	job5597253
Geschäftsführer	Active Gastro Eng GmbH	D-CH	job5559592
Stv. Geschäftsführer/in	Berest AG	BS	job5483347
Assistenten des Geschäftsleiters	Schöpfer Gastronomie AG	B O	job5420677
Betriebsleiter	Brasserie Romana	D-CH	job5269563
Betriebsassistent/in	Hotel Spinne	B O	job4626566
F & B Manager	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4216324

Marketing / Verkauf / KV / IT

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Bereichsverantwortliche/r	search-group.ch ag	BS	job5830213
Leitung Events & Sales	Bindella terra vite vita SA	BE	job5830204
Sachbearbeiter/in	search-group.ch ag	ZH	job5786430
Direktionsassistent/in	Hotel Allegro Superior	Z-CH	job5731849
Human Resources 80-100%	SV Group	ZH	job5678353
Stv. Event und F&B Manager	Hotel Hermitage	LU	job5036481
Sales Executive	Hotel Astoria	LU	job4660959
Sales Manager	Deltapark AG	B O	job4617719
Meeting & Event Coordinator	Hotel Astoria	LU	job4370851

Beauty/Wellness/Fitness

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Masseur/In	HRMaker GmbH	D-CH	job5731767
Spa Leiterin	HRMaker GmbH	D-CH	job5731731
Badangestellte/r Badeanlagen	HRMaker GmbH	D-CH	job5624306
Kosmetikerin / Masseurin	Seehotel Wilerbad	Z-CH	job5558061
Medizinischer Masseur/in 60-80%	Grand Resort Bad Ragaz AG	D-CH	job5420273
Masseur	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4172883

Réception / Reservation

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Front Office Supervisor	Adecco Human Resources AG	Z-CH	job5830060
Mitarbeiter Guest Relation	Focus Hotel	Z-CH	job5829913
Rezeptionistin (w.) 60%	Lady's Hotel	ZH	job5796386
Mitarbeiter Rezeption	Birdland Hotel AG	Z-CH	job5786762
Rezeptionist/in	Adecco Human Resources AG	BS	job5786569
Rezeptionist/in	Hotel Casa Berno	TI	job5786392
Praktikum Rezeption	Hotel Pilatus-Kulm	Z-CH	job5760052
Rezeptionist/in 60-80%	Adecco Human Resources AG	O-CH	job5751133
Mitarbeiter/in Réception	Marina Gastro AG	Z-CH	job5750801
Rezeptionist	Ospena AG	ZH	job5750751
Rezeptionist/in	Derby Hotel Bahnhof AG	B O	job5741765
Rezeptionist/in 60-100%	Hotel Spinne	B O	job5741659
Night Manager	SV Group	ZH	job5741616
Rezeptionist/in	Adecco Human Resources AG	BS	job5741588
Réceptionist/in (Schicht 80 - 100%)	Adecco Human Resources AG	O-CH	job5722664
Leiter/in Réception	Adecco Human Resources AG	O-CH	job5705070
Réceptionistin	Adecco Human Resources AG	Z-CH	job5668505
Reservation Agent 50%	Grand Resort Bad Ragaz AG	D-CH	job5668354
Rezeptionist/in	Hotel Hermitage	LU	job5668215
Stv. Leitung Réception	Hotel Sempachersee	Z-CH	job4528969
Guest Relations Agent	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4519607
Teammitglied Réception	Seeblick Höhenhotel	D-CH	job4188391
Réceptionsmitarbeiter	Seehotel Wilerbad	Z-CH	job3837581
Rezeptionistin	Hotel Schweizerhaus AG	GR	job1482759

Bäcker-Konditoren

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Chef de Partie Pâtisserie	Adecco Human Resources AG	O-CH	job5668523
Chef Pâtissier	Hotel Casa Berno	TI	job5786383
Demi Chef Pâtisserie	Lenkerhof gourmet spa resort	B O	job5438838
Patissier auf Abruf	QSTAFF	BS	job4598370

Küche

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Commis de cuisine / Jungkoch	Solbadhotel	B O	job5830178
Jüngerer Koch	Domino Gastro AG	D-CH	job5830168

Chef de Partie	Adecco Human Resources AG	SO/AG	job5830033
junior Sous Chef	Adecco Human Resources AG	SO/AG	job5830011
Hilfskoch 50 %	SV Group	LU	job5786586
Sous Chef	Adecco Human Resources AG	BS	job5786542
Chef de Partie	InnoRest AG	O-CH	job5786478
Küchenchef	Schilthornbahn AG	B O	job5786419
Leiter/in der Produktion	Hotel Sempachersee	Z-CH	job5786330
Praktikum Küche	Hotel Pilatus-Kulm	Z-CH	job5760019
Jungkoch 80 %	SV Group	BE	job5751223
Küchenchef	Active Gastro Eng GmbH	D-CH	job5678173
Chef de Partie / Junior Sous Chef	Bad Ramsach Quellhotel	BS	job5678005
Teppanyaki Chef	FIFA Hotel Ascot	ZH	job5677862
Commis de cuisine	Domino Gastro AG	D-CH	job5668703
Jungkoch	Domino Gastro AG	D-CH	job5668694
Jungkoch 90 %	SV Group	SO/AG	job5668649
Wok-Koch 100 %	SV Group	ZH	job5668613
Küchenchef 100 %	SV Group	SO/AG	job5668577
Koch	Adecco Human Resources AG	Z-CH	job5668484
Hilfskoch	Ospena AG	O-CH	job5668345
Hilfspizzaio	Ospena AG	O-CH	job5668335
Commis de Cuisine	Hotel Ambassador	BE	job5668289
Commis de Cuisine	Hotel Hermitage	Z-CH	job5668266
Koch	Maiensässhotel Guarda Val	GR	job5651438
Sous Chef	ReMiGa GmbH	ZH	job5651301
Koch	Seminar- und Wellnesshotel Stoos	Z-CH	job5651237
Küchenchef	Bindella terra vite vita SA	ZH	job5651167
Koch	SV Group	BE	job5651023
Commis de cuisine	Adecco Human Resources AG	ZH	job5650843
Küchenchef/in	Adecco Human Resources AG	ZH	job5650834
Thai Köche	Gebrüder Knie AG	ZH	job2653766
Chef de partie	Hotel Schweizerhaus AG	GR	job1482743
Commis de cuisine	Seehotel Sternen Horw	LU	job4646720

Service / Restauration

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Service-mitarbeiter	SV Group	ZH	job5830150
Chef de Rang	Adecco Human Resources AG	O-CH	job5829993
Service-Aushilfe	Hotel Schützen	BS	job5829974
Service-mitarbeitende Frühstück 60%	gastro-sear.ch	BS	job5678111
Chef de Service	Des Alpes Hotel & Restaurant Luzern	LU	job5678031
Service-mitarbeiter Aushilfe	SV Group	BS	job5668631
Chef de Rang	Adecco Human Resources AG	Z-CH	job5650762
Restaurationsfachfrau/mann	gastro-sear.ch	BE	job5650683
Chef de Bar	Deltapark AG	B O	job5633566
BetriebsleiterIn	PermServ AG	ZH	job5633498
Restaurationsfachfrau/mann	Hotel Bären Suhr AG	D-CH	job5633410
Chef de Rang	Hotel Seedamm Plaza	D-CH	job5633375
Serviceaushilfen	QSTAFF	BE	job5633355
Teamleader Service	Bindella terra vite vita SA	BE	job5633313
Serviceaushilfe	Chuchi Restaurant & Bierothek	BE	job5633278
Commis de Rang	Hotel Chesa Rosatsch	GR	job5624184
Service-mitarbeiterIn	Hotel Chesa Rosatsch	GR	job5624175
Barmitarbeiter	Kongress + Kursaal Bern AG	BE	job5597581
Chef de Service	Kongress + Kursaal Bern AG	BE	job5597571
Service-mitarbeiter/-in	Bellini Locanda Ticinese	LU	job5597550
Betriebsmitarbeiter 60 %	SV Group	SO/AG	job5597517
Chef de Rang	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job5455633
Chef de Rang	Schweizerhof Bern	BE	job5420643
Restaurantfachfrau/-mann EFZ 80 - 100%	Jungfrau Hotel Wilderswil	B O	job5420594
Chef de Rang	Swiss-Chalet Merlischachen	Z-CH	job5375051
Service-Mitarbeiterin	Hotel Astoria	LU	job3226871
Service-Mitarbeiter	Renaissance Lucerne Hotel	Z-CH	job3214386
Service-Mitarbeiter	Hotel Astoria	LU	job3214377

Hauswirtschaft

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Gouvernante	Adecco Human Resources AG	O-CH	job5830078
Mitarbeiter/-in Roomservice	Hirslanden AG	BE	job5651059
Mitarbeiter/in Housekeeping 80%	Swiss-Chalet Merlischachen	Z-CH	job5597727
Zimmermädchen 60-100%	Hotel Lenzerhorn Spa & Wellness	GR	job5438298
Portier mit handwerklicher Begabung	Hotel Monopol Luzern	LU	job5347039
Zimmerfrau	Waldhaus Flims Alpine Grand Hotel & Spa	GR	job4528438

Diverse

Position	Arbeitgeber / Vermittler	Region	Job-Code
Teammitglied Hausdienst	Seeblick Höhenhotel	D-CH	job5651098
Chaufeur/Officemitarbeiter	SV Group	BS	job5633456
Stv. Leitung Unterhalt	Deltapark AG	B O	job5357546
F&B - Management Trainee	Grand Resort Bad Ragaz AG	D-CH	job4309209
Chaufeur Aushilfe	Grand Resort Bad Ragaz AG	O-CH	job5741481

Legende:

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

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!

IMMOBILIEN

Die attraktive Immobilienbörse der htr hotel revue htr.ch/immobilien

HESSER

Unternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Wir arbeiten auf Erfolgsbasis

Wir verkaufen – vermieten – suchen
für Sie diskret Hotels u. Restaurants

Wir erarbeiten Konzepte
zur Verbesserung
der Wirtschaftlichkeit Ihres Betriebes

Wir optimieren das Marketing für ein
besseres Kosten-Nutzen-Verhältnis

Senden Sie uns eine Mail, wir
informieren Sie gerne persönlich und
unverbindlich über die Details

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

42809-13466

Mehr Immobilieninserate auch online unter
www.htr.ch/immobilien

Für nur 150 Franken ist Ihre Immobilie
einen Monat online abrufbar.

Suchen Sie für Ihr KMU in der Hotel- und Tourismusindustrie
einen

Verwaltungsrat/Delegierten des Verwaltungsrats?

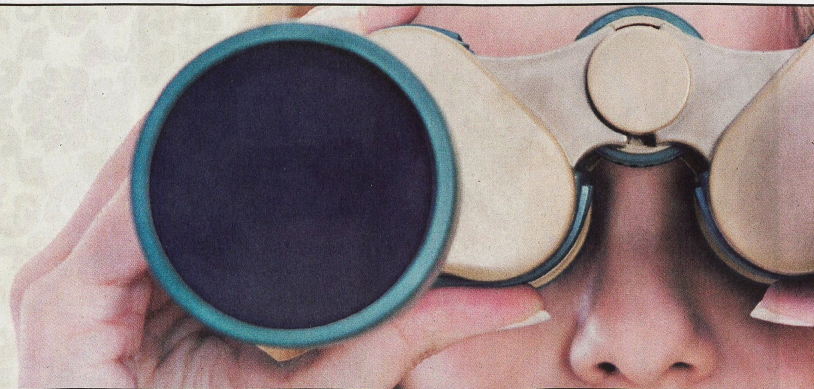
Stehen Sie vor strategischen Weichenstellungen? Wollen
Sie Ihren Betrieb verkaufen oder vermieten? Suchen Sie
den Anschluss an ein internationales Hotelunternehmen?
Befinden Sie sich in einer Turnaround-Phase?

Schweizer Hotelier mit 30 Jahren Erfahrung in Privat- und
Kettenhotellerie unterstützt Sie kompetent und zielorientiert.
Auch zeitlich begrenzte Mandate möglich.

Anschriften unter Chiffre 44442-13819, htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
oder per Mail an: inserate@htr.ch

Schweizer Hotel-Datenbank

www.swisshoteldata.ch



Das umfassende Hotelverzeichnis der Schweizer Hotellerie

ÜBERIRDISCHE FRITES

KADI⁺



Hergestellt im Einklang mit der
Natur: voll Kraft, voll Mond.

vollmondfrites.ch

Mehr people unter htr.ch/people-events



Kaffeepause mit Barbara Gisi

Auf Reisen darf ein Schweizer Taschenmesser nicht fehlen

Barbara Gisi, was ist Ihr persönliches Highlight vom Jahr 2018?
Die Wahl von zwei Frauen in den Bundesrat.

Was sind Ihre Vorsätze für das Jahr 2019?

Ehrlich gesagt habe ich die Vorsätze fürs Neue Jahr schon vor einer Weile abgeschafft, weil ich mich spätestens Ende Januar sowieso nicht mehr daran halte. Rund zweimal pro Woche zu Fuss ins Büro zu gehen, mache ich auch ohne Vorsatz, weil es schön ist, am Morgen am Bärengraben vorbei durch die erwachende Berner Altstadt zu spazieren und mir Zeit zu nehmen, mit einem etwas anderen Blick auf das vertraute Stadtbild zu schauen.

Wie verbringen Sie die Festtage?
Zusammen mit Familie, Bekannten und Freunden. Mal drinnen bei einem Glas Wein, mal draussen auf einem Spaziergang oder auch mit Musik und einem guten Buch bei Kerzenschein.

Wie erholen Sie sich nach einem anstrengenden Tag?

Mit einem ausgiebigen Schaumbad, in das ich immer wieder heisses Wasser nachlaufen lasse, bis meine Finger weiss und schrumpelig sind.

Wenn Sie ein Jahr lang frei hätten, was würden Sie dann machen?

Ich würde die berühmte Weltreise nachholen, von der ich jahrelang gesprochen, die ich aber immer nur stückchenweise umgesetzt habe. Dabei würde ich nicht zwingend dem Jakobsweg folgen, wie das gerade ziemlich «in» ist. Ein bisschen Bequemlichkeit muss sein. Dazu

gehört auch die Langsamkeit. Nicht von Ort zu Ort hetzen, sondern innehalten, mit Menschen in Kontakt kommen, abwechselnd Füsse und Seele – oder auch beides zusammen – baumeln lassen und vielleicht ein Tagebuch schreiben.

Wo haben Sie Ihren letzten Urlaub verbracht?

In Kirgistan und Usbekistan.

Was darf auf keinen Fall fehlen, wenn Sie auf Reisen gehen?

Ein Schweizer Taschenmesser.

Welches ist Ihr Lieblingshotel?

Wäre das nicht schon geradezu fahrlässig und diplomatisch, hier einen Namen zu nennen? Hotels, die hell und vom Raum her grosszügig gestaltet sind, idealerweise in dezent-warmen Farben, und Aussicht auf ein Gewässer bieten, punkten bei mir mit Garantie immer.

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

Auf die Lage im Gebäude. Liegt es strassenseitig, hat es einen Hof mit lauten Lüftungen, oder bietet es eine schöne Aussicht. In den ersten beiden Fällen versuche ich freundlich, das Zimmer zu wechseln.

Welche besondere Fähigkeit würden Sie gerne beherrschen – und warum?

Ein – oder noch besser mehrere – Musikinstrumente so gut zu beherrschen, dass ich frei und spontan spielen könnte, ohne zuvor lange «an den Noten zu kleben». Zum Beispiel eine Gruppe netter Leute am Lagerfeu-

er mit Gitarre oder «Schnuureggly» zu begleiten. Warum? Weil so die gute Stimmung garantiert ist.

Mit welcher historischen Persönlichkeit würden Sie gerne Nachtessen?

Mit Ötzi die Pilze, Wurzeln und Kräuter aus seinem Lederbeutel an einem Höhlenfeuerchen teilen.

Was bringt Sie auf die Palme?

Wenn jemand versucht, mich über den Tisch zu ziehen (natürlich nur, wenn ich es merke).

Wem würden Sie gerne einmal Ihre Meinung sagen?

Konstruktiver als jemandem die Meinung zu sagen, scheint es mir, gute Leistungen zu loben.

Wen bewundern Sie und warum?

Angela Merkel. Ihre kluge, zielstrebige Hartnäckigkeit, Diplomatie und Geduld in einem oft sehr engstirnigen Umfeld.

Welches Buch liegt bei Ihnen auf dem Nachttisch?

Abraham trifft Ibrahim – Streifzüge durch Bibel und Koran, von Sibylle Lewitscharoff und Najem Wali.



Ausschnitt von der Skulptur «Imagine» von Edith van de Wetering und Wilfried Stijger beim Sandskulpturen-Festival in Rorschach. Sarah Hinni, Bodo Rüedi und Urs Koller

Was möchten Sie unbedingt noch erleben?

Teilnahme an einem Sandskulpturen-Wettbewerb.

Was wollten Sie als Kind einmal werden?

Flying Doctor in Alice Springs oder Karikaturist.

Wenn Sie heute Gäste empfangen, was würden Sie für sie kochen?

Szegediner Gulasch (eines der wenigen Rezepte, das mir einigermaßen gelingt). Kochen gehört nicht zu meinen Liebhabereien, essen hingegen schon.

Mit wem möchten Sie nie im Lift stecken bleiben?

Mit dem Liftmonteur. Reparieren von innen stelle ich mir schwierig vor.

Was empfinden Sie als stilllos?

Notsituationen auszunutzen; letztlich Zynismus in jeglicher Form. npa/og



Ausgezeichnete «Youngsters»



Die «Marmite Youngsters 2019» (v.l.): **André Kneubühler**, Gewinner Kategorie Küche, **Esther Gurtner**, Gewinnerin Kategorie Patisserie, und **David Füger**, Gewinner Kategorie Service. marmite/henrik Nielsen

Ausgezeichnete Gastfreundschaft



Nehmen am «Festival der Gastfreundschaft» für das ausgezeichnete Bürgenstock-Resort den Zentralschweizer Tourismus-Award entgegen (v.l.): **Robert P. Herr** und **Bruno H. Schöpfer**. zvg

Ausgezeichnetes Lebenswerk



Frank Lienert, Geschäftsführer Location Award GmbH (L), übergibt **Jörg Peter Krebs**, Direktor Zentral- und Osteuropa bei Schweiz Tourismus, den «flylo Sonderpreis» für dessen Lebenswerk. location award

ANZEIGE

HOCH GENUSS '19

Lebensmittelgesetz

Entscheidung: Convenience oder Frisch?

Was will der Gast?

einfach

GastroSuisse

Ein hochgenüsslicher Dank an unsere Sponsoren.

BS/PAYONE ALIGRO SW/CA PRODEGA GRUWA TRANS-COURMET

Gipfeltreffen für Gastronomie und Genuss Handwerk

HAUSGEMACHT

Frisch oder Fertig.

Montag, 18. und Dienstag, 19. März 2019

Kartause Ittingen, Warth TG (Gewinnerin des Historic Hotel – Special Award 2019)

Preis inkl. Seminar, gesamte Verpflegung, Getränke, Seminardokumentation zum Herunterladen

Mitglied GastroSuisse CHF 570.– oder 110.–¹⁾

Nicht-Mitglied GastroSuisse CHF 750.– oder 150.–¹⁾

¹⁾ Für Teilnehmende die aktuell in einem Betrieb arbeiten, welcher zwingend dem Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe (L-GAV) unterstellt ist. (Nähere Angaben finden Sie unter www.hochgenuss-gastro Suisse.ch)

Weitere Informationen

GastroSuisse, Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich

Tel. 0848 377 111

weiterbildung@gastro Suisse.ch

www.hochgenuss-gastro Suisse.ch

GASTRO SUISSE
Für Hotellerie und Restauration

Sesselrücken

Neue Direktion im Bellevue Parkhotel & Spa Adelboden

Mit **Franziska Richard** ist das Bellevue Parkhotel & Spa in Adelboden seit 1. November wieder inhabergeführt. Die neue Direktorin



ZVG

gehört in dritter Generation zur Besitzerfamilie Richard und wirkte bereits einige Jahre als Marketing- und PR-Verantwortliche für den 4-Sterne-Superior-Betrieb. Franziska Richard ist dipl. Hôtelière-Restauratrice HF (Hotelfachschule Thun) und sammelte ihre Berufserfahrung sowohl in der Schweizer Erstklasshotellerie als auch als langjährige Fachjournalistin im Bereich Hotellerie und Gastronomie.

Wechsel im Verwaltungsrat der Mirus Software AG

Der Mitbegründer der Davoser Mirus Software AG, **Paul Petzold** (l.), tritt Ende Jahr nach 25 Jahren als Verwaltungsratspräsident des



ZVG

ZVG

Unternehmens zurück, um neue, unternehmerische Projekte in Angriff zu nehmen. Als Präsident der Destination Davos Klosters wird er der Gastgewerbe-Branche weiterhin verbunden bleiben. Seine Nachfolge als VR-Präsident übernimmt **Vasilios Triadis**, CEO und Vorstandsvorsitzender der deutschen Muttergesellschaft P&I Personal & Informatik AG.

Geschäftsführer verlässt Appenzelerland Tourismus

Nach elf Jahren Einsatz für die Appenzelerland Tourismus AG kündigt der Geschäftsführer **Urs Berger** per Ende August 2019 seine



Daniel Ammann

Stelle. Der 34-jährige Herisauer stieg als Praktikant bei der Ausserrhoder Tourismusorganisation ein und übernahm 2014 die Gesamtleitung. Der Tourismusfachmann will sich beruflich und persönlich weiterentwickeln. npa/og/pt

Hoteliers laden Politiker zum Diner



Urs Zimmermann, Patrick Hauser, beide VL hotellerie-suisse, und **Nicolo Paganini** (NR/CVP, v.l.). Bilder Chantal Niklaus



Prisca Birrer-Heimo (NR/SP), **Pierre-André Michoud**, Vizepräsident hotellerie-suisse, **Markus Ritter** (NR/CVP).



Urs Bircher, VL hotellerie-suisse, **Erich von Siebenthal** (NR/SVP), **Roger Seifritz**, Parahotellerie Schweiz (v.l.).

Polit-Diner 2018

Wann und wo 10. Dezember, «Bellevue», Bern
Gäste Rund 20 Parlamentarier und Parlamentarierinnen folgten der Einladung von hotellerie-suisse und Parahotellerie Schweiz.

Gesprächsthemen Die politischen Schlüsselthemen der Branche. Die Departementsverteilung im Bundesrat. Der persönliche Austausch unter Politikern und Hoteliers in geselligem Rahmen.



Jörg Arnold und **Philippe Zurkirchen**, beide Verbandsleitungsmitglieder hotellerie-suisse.



npa/aca

Doris Fiala (NR/FDP), **Andreas Züllig**, Präsident hotellerie-suisse und Direktor «Schweizerhof» Lenzersheide.



hotellerie-suisse-Direktor **Claude Meier** mit **Dominique de Buman**, CVP-Nationalrat und STV-Präsident.



Christophe Hans, Leiter Wirtschaftspolitik hotellerie-suisse, mit **Hans-Ueli Vogt**, SVP-Nationalrat (r.).



Patrick Hauser, Hotel Schweizerhof Luzern, mit SVP-Nationalrätin **Magdalena Martullo-Blocher**.

Label-Tag 2018



Am 7. «Label-Tag» vom Schweizer Tourismus-Verband (STV) wurden im Tropenhaus Frutigen 23 Ferienorte als «**Family Destination 2019–2021**» ausgezeichnet. Der diesjährige «Swiss Holiday Home Award» von E-domizil ging an die Ferienregion Heidiland.srv

Opening «Stenna Films»



Bei der Eröffnungsfeier vom neuen Zentrum «Stenna Films» (v.l.): **Roland Mall**, Lietto-Bar, **Flavio Battaini**, COO Weisse Arena, **Daniel Mani**, MGM Hospitality GmbH, **Hannes Ingold**, künftiger Gastgeber im Design-Hotel The Hide. Sarah Bollmann

aktuell – wo Meinungen gemacht werden

8 Ausgaben für CHF 33.00

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

htr hotel revue

Planen Sie ein neues Projekt?



Hier finden Sie den passenden Berater:
www.hotellerie-suisse.ch/beraternetzwerk

hotellerie-suisse
Swiss Hotel Association
Beraternetzwerk

«Faire Steuern – wie schaffe ich das?»

Wir zeigen Wege.

BOMMER + PARTNER
Treuhandspezialisten für Hotellerie,
Gastronomie und Tourismus.

bommer-partner.ch

ANZEIGE