

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2013)
Heft: 34

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 13.06.2025

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

htr**22. August 2013**
Nr. 34 / Fr. 4.50
AZA/JAA - 3001 Bern/Berne
www.htr.ch**PROFIL** DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE
hotelrevueSchweizer Fachzeitung für Tourismus **Avec cahier français****Für Gourmets**

Der König des «Moutarde de Bénichon» wird dieses Wochenende in Estavayer-le-Lac gekürt.
Seite 20

Für Neubeginn

Das Hotel Scuol Palace ist von der vormaligen Eigentümerin zurück-ersteigert worden. Die Abklärungen für einen Neustart sind im Gange.
Seite 4

Für Feste

Die Organisation der Fêtes de Genève soll neu überdacht und verbessert werden. Eine engere Zusammenarbeit von Genève Tourismus mit den Stadtbehörden wird angestrebt.
Seite 9

Für Genüsse

Mehr als 120 Veranstaltungen stehen an der «Genuss '13», der Plattform für Regionalprodukte, auf dem Programm.
Seite 18

Inhalt

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

Schweizer Tourismus-Verband (STV)

Ohne Schonfrist

Politdossiers, Vakanzen und die erste GV: Die neue STV-Direktorin hat bereits alle Hände voll zu tun.

THERES LAGLER

Von einer gemächlichen Einarbeitungszeit kann Barbara Gisi, die neue Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands (STV), nur träumen. Sie ist noch keine 100 Tage im Amt, und schon steht die erste Generalversammlung an. Bundesrat Schneider-Amman wird als Gastreferent die künftige Tourismusstrategie



Barbara Gisi, Direktorin STV.

ausleuchten. Barbara Gisi sieht durchaus noch Verbesserungspotenzial. Als eine der grössten Herausforderungen bezeichnet sie den korrekten Umgang mit Gästen aus anderen Kulturkreisen. Die Rassismus-Debatte rund ums «Täschligate» der US-Talkmasterin Oprah Winfrey schreibt sie aber dem Sommerloch zu.

Seite 3 und 7**Kommentar**

Die Wechsel im Hotelmanagement häufen sich



GERY NIEVERGELT

Sind Rücktritte in unserer Branche bald an der Tagesordnung? Gleich vier Top-Hoteliers haben innert Wochenfrist ihren Abschied verkündet. Heiner Lutz und Laurenz Schmid ziehen sich aus der operativen Leitung ihrer erfolgreichen Betriebe Ermitage in Schöndried und Beatus in Merligen zurück – und übergeben an ihren Wunschkandidaten Daniel J. Ziegler, der sich vom «Vieux Manoir» verabschiedet. In Bern tritt Patrik Scherrer nach 16 intensiven Jahren und dem Abschluss des umfangreichen Umbaus als Generaldirektor von Kursaal Bern und Hotel Allegro zurück. Und im Victoria-Jungfrau Grand Hotel in Interlaken beendet der international erfahrene Direktor Stefan W. Bollhalder nach nur zwei Jahren sein Gastspiel im Heimatland Schweiz.

Die momentane Häufung mag zufällig sein – und ist in der Tendenz doch signifikant. Rasch neigt sich die Ära, in welcher Patrons während 25 oder gar 35 Jahren das Gesicht eines Hotels prägten, dem Ende zu. Mehr und mehr wird der Hotelier zum Manager – und dies nicht nur in den Strukturen einer Hotelkette. Der Markt ist hart umkämpft, der Erfolgsdruck gross, die (zeitliche) Belastung enorm. Und wie in anderen Wirtschaftszweigen gilt auch hier: In Krisensituationen ist der Chef oft auf sich alleine gestellt.

So werden sich in der Hotelbranche auf Direktions- und Managementebene die Rücktritte, Wechsel und Time-outs häufen.

Eidg. Schwing- und Älplerfest

Auch die Hotellerie gewinntWenn am «Eigenössischen» der König gekürt wird, darf sich die Hotellerie die Hände reiben. **Seite 5.**

Swiss-Image.ch/Andy Mettler

Tourismus

Avenches mit neuer Leitung

Der designierte neue Direktor von Avenches Tourismus, Martial Meystre, will auf den drei bestehenden, erfolgreichen Events aufbauen. Eine Herausforderung nach seinem Amtsantritt im März 2014 ist die Schaffung eines grösseren Hotelangebots. **dst/aca**

Seite 10**Schweizerische Hotelgruppen****Pragmatischer Expansionskurs**

Gruppen wie die Sorell Hotels Switzerland oder die Aargau Hotels haben in den letzten Jahren ihr Portefeuille markant ausgebaut. Dabei liessen sie sich nicht von einem engen Konzept leiten, sondern von den Gelegenheiten, die der Markt bot: Sie kauften auch dann attraktive Objekte, wenn sich diese nicht nahtlos ins

Inventory einfügten. Die Welcome, Sunstar und Fassbind Hotels wandeln ebenfalls auf diesem pragmatischen Expansionspfad. Aus dieser Haltung heraus streben die Gruppen keine neuen schweizerischen «hard brands» an. Gerade im Wettbewerb mit den Ketten setzen sie vielmehr auf die Individualität

der Betriebe unter bestmöglicher Nutzung der Synergien. Die Gruppen sind überzeugt, dass die richtige Mischung aus betrieblicher Vielfalt und überbetrieblicher Einheit Erfolg verspricht. Ihre Geschäftszahlen bestätigen diesen Optimismus bisher nicht durchgehend. **axg**

«fokuss», Seite 11 bis 13

Täglich aktuell:
www.htr.ch

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



9 771662 334000 34

ANZEIGE

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

HOREGO

Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Heime, Spitäler und Ausbildungsinstitutionen.
www.horego.ch

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

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

hotellerieuisse
Hotel Association
Protel

illy
CAFE

www.illycafe.ch

Jet-Cut
Inox Nachfüllsystem
swiss made

economisiert die Profi-Arbeit
alustar **Reinhold Jet-Cut**
Ihr Grossist hat's

ROTOR
Lips

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

Aus der Region

**Berner Oberland
Gemeindebeitrag
für den Verein
Gstaad 2020+**

Der Gemeinderat von Saanen hat beschlossen, dem Verein Gstaad 2020+ einen Beitrag von 70'000 Franken für die Jahre 2013 und 2014 zu leisten. Der Verein bezweckt die volkswirtschaftliche Weiterentwicklung der Region Gstaad-Saanenland sowie der angrenzenden Gebiete. Gstaad-Saanenland Tourismus und die Regionsgemeinden sind dabei vertreten, wie die Verwaltungsdirektion der Einwohnergemeinde Saanen in einem Communiqué mitteilt.

**Erneuerung der
Strecke Montreux-
Zweisimmen**

ZVG

Für die Erneuerung der Infrastruktur auf der Bahnstrecke Montreux-Zweisimmen der Montreux Oberland Bernois Bahn MOB hat der Berner Regierungsrat einen Kredit von 648'000 Franken bewilligt. Die Kosten des Projekts liegen bei rund 12,6 Millionen Franken. In die Kosten teilen sich neben dem Kanton Bern auch der Bund, die Kantone Waadt und Freiburg sowie die bernischen Gemeinden, wie die Staatskanzlei des Kantons Bern mitteilt.

Mittelland**Aare Seeland
mobil: Kredit
für Erneuerung**

Auf der Bahnstrecke Solothurn-Niederbipp-Oensingen der Aare Seeland mobil stehen verschiedene Sanierungsarbeiten an. Zudem muss die Fahrleitung auf der Strecke Biel-Ins zwischen Lüscherz und Brüttelen erneuert werden. Der Regierungsrat des Kantons Bern hat dafür einen Kredit von 1,22 Millionen Franken bewilligt. An den Gesamtkosten von rund 7,1 Millionen Franken beteiligen sich auch der Bund, der Kanton Solothurn und die bernischen Gemeinden.

**Sanierung der
BLS-Strecke
Solothurn-Moutier**

ZVG

Für verschiedene Erneuerungen auf der BLS-Strecke Solothurn-Moutier hat der Regierungsrat des Kantons Bern einen Kredit von 402'000 Franken gesprochen. Die Gesamtkosten, an denen sich auch der Bund, der Kanton Solothurn und die bernischen Gemeinden beteiligen, betragen 3,7 Millionen Franken. Die Strecke von Solothurn nach Moutier gehörte bis 1997 der Solothurn-Münster-Bahn (SMB). 2006 fusionierte die RM mit der BLS Lötschbergbahn (BLS) zur BLS AG.

dst



Fotolia

Das Anbieten von Hotelzimmern auf Online-Plattformen ist für die Hotellerie nicht ohne Tücken.

«Vertrieb kostet»

Michael Simon, Geschäftsleitungsmitglied von HRS, erachtet das Paritätsprinzip als sinnvollsten Marktansatz für die Hotellerie. Simon wird am Distribution Day referieren.

DANIEL STAMPLI

Michael Simon, Sie nehmen am Swiss Distribution Day in Zürich teil. Sie wagen sich zu den Schweizer Hoteliers, also in die Höhle des Löwen?
Ich sehe dies nicht so. Schon die beiden vergangenen Jahre war ich jeweils am Swiss Distribution Day anwesend. Auch wenn die Diskussion rund um Online-Portale insbesondere bei der letzten Durchführung ein wenig emotional geführt wurde, stellen wir uns von HRS jederzeit den Gesprächen.

Immerhin untersucht die schweizerische Wettbewerbskommission Weko auf Initiative von hotelieriesuisse das Geschäftsgeheimen von HRS und anderen Online-Buchungsplattformen.
Weltweit untersuchen seit geraumer Zeit Behörden die Preisgestaltung sowohl von Buchungsplattformen als auch von international tätigen Hotelanbietern. Die ganze Thematik ist jedoch nicht ein HRS-Phänomen. Wir begrüßen, dass das deutsche

Bundeskartellamt festgestellt hat, dass das Thema nicht singular mit HRS zu tun hat, sondern auch andere Online-Reisevermittler einbezieht. Das Gleiche gilt für das laufende Verfahren in der Schweiz. In unserer Betrachtung hat sich nichts geändert. Parität halte ich persönlich für die sinnvollste

te Variante, denn die Konsumenten profitieren von der Preistransparenz.

Was, wenn sich Hoteliers nicht an die Best-Preis-Klausel halten?
Wir stehen mit allen Hoteliers in dauerhaftem konstruktivem Dialog, dies weltweit. Ziel ist Transparenz, Aufklärung und partnerschaftliche Zusammenarbeit. Wir machen die Erfahrung, dass das Paritätsprinzip immer noch für viele Hoteliers der sinnvollste Marktansatz ist. Übrigens ist die Klausel zurzeit für die Dauer des Verfahrens durch das Bundeskartellamt ausgesetzt.

Hoteliers werfen den Online-Buchungsplattformen wie HRS hohe Provisionssätze vor. Wie argumentieren Sie?
Die Wertigkeit des Vertriebes muss selbstverständlich honoriert werden. Um gewisse Zielgruppen zu erreichen, bedarf es eines effizienten und weltweiten Vertriebskanals. Stellt man die verschiedenen

Michael Simon



Area Director Sales & Marketing für Osteuropa zuständig. dst

Distribution Day Hier lernt die Branche

Herausforderung: Zukunft! Unter diesem Motto findet dieses Jahr der **Swiss Distribution Day (SDD)** statt, an dem Michael Simon von HRS referieren wird. Am 3. September sprechen im Mövenpick Hotel Zürich-Regensdorf Branchen-Fachleute zu den neuesten Trends und Entwicklungen im Online-Vertrieb und -Marketing. Auch die diesjährige, dritte SDD-Ausgabe verstehen die Initianten Wilhelm K. Weber und Oliver Stoldt als «Learning Day» für Hoteliers und Touristiker.

«Jeder wird am Ende des Tages konkrete Tipps für sein Alltagsgeschäft mit nach Hause nehmen können», sagt Oliver Stoldt, CEO von Swiss Sales Conferences. Neben den Referaten soll auch die Panel-Diskussion «Preiskampf und Preisparität in der Hotellerie» dazu beitragen. Laut Stoldt gibt es noch letzte Plätze für die bereits fast ausverkaufte Veranstaltung.

Zum Referenten-Reigen gehören neben **Michael Simon: Gabriele Bryant** (Expertin Social Media Marketing bei Blum, Bryant AG), **Keith Gruen** (Gründer

von Fidelio), **Simon Lehmann** (CEO, Interhome AG), **Philipp Lennartz** (Director of Marketing Althoff Hotel Collection), **Oliver May** (Vice President Sales & Account Management bei CRS Travel), **Philipp Ries** (Industry Head/Sales Manager Schweiz bei Google Schweiz), Business-Experte **Hermann Scherrer**, **Jürg Schmid** (Direktor Schweiz Tourismus), **Heiko Siebert** (Consultant Online-Vertrieb & Marketing), **Wilhelm K. Weber** (Partner bei SHS Swiss Hospitality Solutions AG) sowie **Georg Ziegler** (Head of B2B der Holi-

daycheck AG). Moderator ist Stephan Klapproth.

Auch 2013 geht am Tag nach dem SDD gleichorts das «Hospitality Camp» über die Bühne. Am 4. September diskutieren Hoteliers, Touristiker und Fach-Spezialisten in Workshops über praktische Fragen zum gesamten Online-Marketing. Organisation: Blum, Bryant AG und Hospitality Sales and Marketing Association International Switzerland (HSMIA Schweiz.) sag

www.distributionday.ch
www.hospitalitycamp.ch

Gastgewerbe startet Informations-Offensive zum L-GAV

Vertrag als Basis für den langfristigen Erfolg der Gastgewerbebranche.

Unter dem Slogan «L-GAV – gut für alle» lanciert das Gastgewerbe eine Informations-Offensive. Damit wollen die Verhandlungspartner Hotel & Gastro Union, Unia, Syna, Gastrosuisse, hotelieriesuisse und Swiss Catering Association die Verbesserungen und Vorteile des Landes-Gesamtarbeitsvertrages (L-GAV) innerhalb der Branche stärker kommunizieren. Es soll auf die Chancen aufmerksam gemacht

werden, die der L-GAV den Arbeitgeber und Arbeitnehmenden des Gastgewerbes bietet. «Wir wollen verstärkt aufzeigen, dass der L-GAV das Gastgewerbe wettbewerbsfähig und im Arbeitsmarkt konkurrenzfähig macht», sagt Marc Kaufmann, Leiter Wirtschaft und Recht bei hotelieriesuisse. «Der L-GAV bildet die Basis für den langfristigen Erfolg unserer Branche.» dst

Zürich und Genf relativ teuer

Moskau, Lagos und New York führen die Welt Rangliste der teuersten Stadthotelpreise an. Dahinter folgen Zürich und Genf.

Nach zwei eher mageren Jahren scheinen sich die globalen Hotelpreise langsam zu erholen. In 30 von den weltweit 50 teuersten Metropolen, die der Geschäftsreisendienstleister Hogg Robinson Group (HRG) in seinem Ranking erfasst hat, sind die Übernachtungs-

tarife im ersten Halbjahr 2013 gegenüber der Vorjahresperiode gestiegen.

Nur unwesentlich, nämlich 0,6%, beträgt die Erhöhung in den Hotels von Moskau. Mit einem Durchschnittspreis von umgerechnet rund 380,90 Franken bleibt die russische Hauptstadt für Hotelgäste dennoch das mit Abstand teuerste Pflaster. Lagos (340,10 Franken / +4,9%) und New York (322,20 Franken / +6,9%) folgen dahinter. Fast gleich teuer wie in New York sind die Zürcher Hotels mit einem

Durchschnittspreis von 321,60 Franken. Genf folgt mit einem durchschnittlichen Hotelpreis von 312,90 Franken auf dem fünften Rang. Verbessert von Rang 23 auf 19 hat sich Basel, wo im ersten Halbjahr 2013 zum Durchschnittstarif von 242,10 Franken im Hotel übernachtet werden konnte. Den grössten Preissprung auf internationaler Ebene machten die Hotels in München, Barcelona, Tokio und Pittsburgh. Die grössten Preissenkungen haben die Hotels in Düsseldorf vorgenommen. dst



Mit Respekt und ohne Nervosität neue Aufgaben angehen: Barbara Gisi in ihrem Direktionsbüro beim Schweizer Tourismus-Verband (STV) in Bern.

Theres Lagler

«Hilfe zur Selbsthilfe bieten»

Der Umgang mit Gästen aus andern Kulturkreisen ist eine besondere Herausforderung: Das betont die Direktorin des STV, Barbara Gisi.

Theres Lagler

Barbara Gisi, Sie sind noch keine 100 Tage im Amt als Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands (STV), aber die erste Generalversammlung steht schon an. Grund zur Nervosität? Nein, eigentlich nicht. Ich habe ein gutes Team, das bei den Vorbereitungen arbeitet hilft. Klar gibt es kleine Unsicherheiten im administrativen Bereich und offene Fragen. Wie kritisch sind die Mitglieder? Wie stark wollen sie in die Tiefe gehen? Was muss ich alles wissen, was nicht? Nervös bin ich deswegen aber noch nicht.

Bundesrat Johann Schneider-Ammann wird an der GV über die nationale Tourismusstrategie sprechen. In der Einladung an die Medien werden Sie die Frage auf, ob die Schwerpunkte des Bundesrats richtig gesetzt sind oder nicht. Sind Sie das?

Grundsätzlich schon. Aber es gibt durchaus noch Dinge, die man einbringen könnte, um das Ganze zu verbessern und zu konkretisieren. Der Abstraktionsgrad ist sehr hoch. Was heisst es für den Praktiker, wenn er die Zusammenarbeit mit andern intensivieren muss?

Zur Person Barbara Gisi kennt das Verbandswesen

Im Juli hat Barbara Gisi ihre neue Stelle als Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) angetreten. Die 45-Jährige kennt die Verbandsarbeit aus dem Effeff. Sie war beim Kaufmännischen Verband Schweiz als Abteilungsleiterin Berufspolitik, Gleichstellung und Jugend auf Stufe Geschäftsleitung angestellt. 2010 wurde sie zur stv. Generalsekretärin befördert. Gisi ist Juristin und hat ein Nachdiplomstudium in Betriebswirtschaft für Nonprofit-Organisationen (NPO) absolviert.

Wie muss er Kooperationen angehen? Man muss dem Papier noch Leben einhauchen, die Vorschläge mit Praxisbeispielen hinterlegen, Leitfäden und Anwendungstipps anbieten.

Wo sehen Sie – nach einer zugegebenen kurzen Einarbeitungsphase – die grössten Herausforderungen für den Schweizer Tourismus?

Im Umgang mit den neuen Besuchern aus Russland, Indien und weiteren asiatischen Ländern. Was macht man mit diesen Gästen? Welche Bedürfnisse haben sie? Wie gehen wir selber als Einwohner dieses Landes damit um, dass wir immer mehr Gäste aus anderen Kulturkreisen beherbergen? Das stösst nicht nur auf Gegenliebe, auch wenn sich mit diesem Wirtschaftszweig Geld verdienen lässt.

Das erinnert an die aktuelle Rassismus-Debatte, die US-Talkmasterin Oprah Winfrey losgetreten hat, die sich in einer Zürcher Boutique schlecht behandelt fühlte...

Diese Geschichte ist für mich ein Sommerloch-Füller. Da ging es nicht um Rassismus, sondern um das angekratzte Ego eines Stars oder um eine Verkäuferin, die gerade einen schlechten Tag hatte.

Wechseln wir zu einem Thema, das die Branche sehr stark beschäftigt: Was halten Sie vom Zweitwohnungs-gesetz, das zurzeit in der Vernehmlassung steckt?

In den Grundzügen kommt die Vorlage gut daher. Sie nimmt Rücksicht auf die Wirtschaft. Das ist eine Notwendigkeit. Man darf die bisherigen Finanzierungsströme nicht einfach zum Versiegen bringen.

Die Vorlage will nicht nur hybride Beherbergungsformen zulassen, sondern auch neue Zweitwohnungen, die online buchbar sind. Erhöht das nicht die Gefahr eines Referendums? Das Referendum kann man nie ganz ausschliessen. Die Ausgangslage wird halt immer subjektiv beurteilt: Je nach Anspruchsgruppe ist das Fuder bereits überladen oder noch lange nicht.

Auch der STV hat Partikularinteressen.

«Mit den Qualitäts-Gütesiegeln für Ferienwohnungen können wir schlechte Absteigen ausmerzen.»

Barbara Gisi
Direktorin Schweizer Tourismus-Verband STV

Schliesslich ist es ein STV-Geschäftsfeld, Ferienwohnungen zu klassifizieren ... Das stimmt. Indem wir aber mit den Qualitätsgütesiegeln versuchen, Ordnung in den Ferienwohnungs-markt zu bringen, können wir schlechte Absteigen ausmerzen. Zudem bauen wir den Nachhaltigkeitsgedanken in unsere Labels ein. Diese bieten deshalb einen gewissen Schutz vor einem wilden Weiterbauen.

Stichwort Nachhaltigkeit: Der STV ist der «Hüter» der Nachhaltigkeitsgedanken des Schweizer Tourismus. Das weitere Vorgehen ist unter den Partnern, die die Charta unterzeichnet haben, aber noch nicht restlos geklärt. Bleibt die Nachhaltigkeit auf der Strecke, wenn es wirtschaftlich nicht mehr rund läuft?

Das ist ein wenig wie bei der Gleichstellung von Mann und Frau: Als ich in diesem Bereich tätig war, hörte ich oft, dass es im Moment ums Überleben gehe. Gleichstellung sei ein «Luxusproblem». Da gibt es durchaus Parallelen. Es gibt zwar tatsächlich Betriebe, die kurzfristig ums Überleben kämpfen. Wer das aber nicht muss, sollte das Thema Nachhaltigkeit aufgreifen. Wer jetzt Massnahmen

trifft, kann sich für die nächsten paar Jahre besser aufstellen. Die Wirtschaft muss nachhaltiger werden. Das ist für mich gesetzt.

Welche Rolle sehen Sie für den STV in dieser Nachhaltigkeitsdebatte?

Wir müssen das Thema Nachhaltigkeit in den Köpfen verankern, damit es selbstverständlich wird. Massnahmen wie den Mehrfachgebrauch von Badetüchern kennt man. Das ist lobenswert und leistet auch einen Beitrag. Es geht aber darum, bei jedem Handeln – bei Investitionen, beim Bauen, bei der Produktgestaltung und bei neuen Dienstleistungen – immer auch an die Nachhaltigkeit zu denken.

Schliessen wir den Bogen und kehren zurück zur Politik. Mila Trombitas, die als stellvertretende STV-Direktorin zahlreiche Politidossiers betreute, verlässt den STV noch vor der Herbst-session. Wie lösen Sie diese Situation? Das reiss eine Lücke auf, das ist klar. Ich kann nicht so viel bieten, wie zuvor zwei Leute, die fundiert eingearbeitet waren. Es wird eine gewisse Zeit brauchen, das wieder aufzubauen. Die Stelle eines wissenschaftlichen Mitarbeitenden ist bereits ausgeschrieben.

Hilft Ihnen beim Überbrücken die kürzlich erfolgte STV-Reorganisation mit drei ständigen Kommissionen? Ich vertraue darauf, dass mich der Vorstand und die Kommissionsmitglieder unterstützen. Ich bin sehr froh, wenn ich dort Wissen abholen kann.

STV-GV Die neue Tourismuspolitik auf dem Prüfstand

Die 81. Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) findet nächsten Mittwoch, 28. August, im Hotel Murten statt.

Am Morgen sind die ordentlichen Geschäfte traktandiert. Zudem referiert Ständerat Hans Stockli zum Thema «6 Kantone, 1 Destination: Jura & Trois-Lacs». Am Nachmittag spricht Bundesrat Johann Schneider-Ammann zur strukturellen Situation des Tourismus und zur künftigen Strategie des Bundes.

Standpunkt

Der zweite Sommer steht bereits vor der Tür



JÜRGEN SCHMID*

Der Sommer neigt sich dem Ende zu. Der Herbst ist stark im Kommen: als Jahreszeit – und als eigenständige Saison. Er hat Potenzial, ein zweiter Sommer zu werden. Zwei Argumente sprechen besonders für ihn: Erstens wird im Oktober und November unser grösster «Sommer-Nachteil» – das wankelmütige Wetter – zum Vorteil. Sanfter Nebel und Nieselregen empfinden wir dann als mystisch, während diese im Juli ein No-Go für Bergferien sind.

«Im Oktober und November wird das wankelmütige Wetter zum Vorteil.»

Zweitens sieht das Konkurrenzumfeld anders aus: Die Mitbewerber im Mittelmeerraum sind weniger dominant. Wer wirklich Warmgarantie will, muss weit fliegen und tief in die Tasche greifen. Da bleiben Schweizer lieber hier, gehen wandern und staunen über die Tierwelt, die sich für den Winter rüstet. Auch Rentner sind wieder tüchtig unterwegs. Und Geschäftsleute treffen sich wieder öfters für Seminare.

Vieles spricht also für den Herbst als «Newcomer» – aber nur, wenn die Tourismusorte am gleichen Strick ziehen. Sprich: offene Läden, Bergbahnen in Betrieb, Hotels und Restaurants in vollem Schwung. Destinationen mit wettersicherem Indoor-Angebot punkten zusätzlich, denn Wellness ist im Herbst gefragt. Halbe Sachen gibt es definitiv nicht, wenn wir den Schweizer «Indian Summer» als schlagkräftige Marke positionieren wollen. Der Herbst steht vor der Tür. Machen wir auf.

* Jürg Schmid ist Direktor von Schweiz Tourismus.

Nachgefragt

Logiernächte Juli 2013: Im Wallis zeigt die Tendenz nach unten



Edith Zweifel, Gemäss Blick-Umfrage legten Bündner Destinationen im Juli

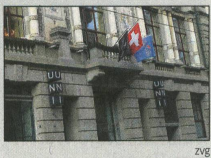
bei den Logiernächten zu, Walliser verzeichnen ein Minus. Auch Zermatt. Was macht der Top-Ferienort falsch? Ich habe wenig Freude an solchen Umfragen, welche nur einen einzelnen Ferienmonat herausgreifen und dabei nicht die begleitenden Faktoren berücksichtigen. Der Juli 2013 hatte beispielsweise nur vier statt fünf Weekends: Wenn man wie Zermatt ein Drittel Schweizer Gäste zählt, ist das entscheidend. Zudem entfiel letztes Jahr ein Drittel der Raiffeisen-Logiernächte auf Zermatt. Logischerweise entsteht daraus im folgenden Jahr ein Minus.

gsg

Aus der Region

Ostschweiz
Schaffhauser
Tourismusgesetz
zurückgewiesen

Nach langer Debatte hat der Schaffhauser Kantonsrat am Montag die Vorlage zum neuen Tourismusgesetz an die Spezialkommission (SPK) zurückgewiesen. Anstelle eines neuen Gesetzes soll die Geltungsdauer des bestehenden Gesetzes um zwei Jahre verlängert werden. Das aktuelle Tourismusgesetz muss ersetzt werden, da es bis Ende 2013 befristet ist. Die Spezialkommission muss nun eine neue Vorlage erarbeiten.

Zentralschweiz
César Ritz
Colleges: erste
positive Bilanz

Das erste Betriebsjahr in Luzern war für die César Ritz Colleges Switzerland erfolgreich. Seit im Juli 2012 der Studienbetrieb aufgenommen wurde, hat sich die Anzahl der Studenten mehr als verdoppelt. Für den Studienstart im Oktober haben sich 156 Studierende eingeschrieben. dst

Mit ungewisser Zukunft

Die vormalige Eigentümerin hat das Hotel Scuol Palace zurück-ersteigert. Noch unklar ist, was mit der leer stehenden Liegenschaft geschehen soll.

DANIEL STAMPELI



Seit zwei Jahren geschlossen und weiterhin unklar, was damit geschieht: das Hotel Scuol Palace. zvg

Seit verganginem Freitag ist die einfache Gesellschaft Clemgia Tarasp AG wieder Eigentümerin des Hotels Scuol Palace. Sie hat es für 2,3 Millionen Franken ersteigert – als einzige Bieterin. Die Summe entspreche exakt den Schulden, welche die Friedmann GmbH bei der Clemgia Tarasp AG hatte, wie der St. Moritzer Bau- und Immobilienunternehmer Markus Testa, Vertreter der Clemgia Tarasp AG, auf Anfrage erklärt. Beim Verkauf an die Friedmann GmbH im Jahr 2008 hatte ihr die Clemgia Tarasp AG als Verkäuferin ein verzinsliches Darlehen im 1. Rang gewährt. Die Friedmann GmbH ist jedoch mit der Verzinsung und Amortisation des Darlehens in Verzug geraten. Da sie habe glaubhaft machen können, dass sie mit Azim Urmuradov über einen usbekischen Investor als Käufer verfüge, sei

der ursprünglich angesetzte Versteigerungstermin verschoben worden, so Markus Testa. «Wir haben die unterzeichneten Kaufverträge, die vom Notar beurkundet waren, zur Einsicht erhalten.» Aber Geld sei dann nie geflossen. Deshalb sei die Versteigerung definitiv auf vergangenen Freitag terminiert worden. Vor dem Verkauf an die Friedmann GmbH hatte die Clemgia Tarasp AG das Hotel an den Robinson Club verpachtet. Danach hatte die Fried-

mann GmbH das Haus als kosches Hotel geführt. Seit zwei Jahren ist das Hotel geschlossen.

Käufer müssen 2,3 Millionen bezahlen und viel investieren

Markus Testa sucht nun einen Investor, da die Clemgia Tarasp AG das Hotel nicht behalten und betreiben will. Testa spricht von einem Verkaufspreis in der Höhe von 2,35 Mio. Franken. Der Preis sei «anständig», da der potenzielle Käufer Investitionen tätigen

müsse. Die Investitionssumme hängt laut Testa vom angestrebten Ausbaustandard ab. Er geht jedoch von einem Betrag in einestelliger Millionenhöhe aus. Interesse bekundet habe ein Deutscher, welcher das Haus aus den «Robinson»-Zeiten her kenne. Testa habe ihm am vergangenen Freitag gleich nach der Versteigerung ein Mail geschrieben, und ihm die Liegenschaft für 2,35 Mio. Franken zum Kauf angeboten, aber noch keine Antwort erhalten.

Ob das Gebäude dereinst wieder als Hotel eröffnet werde, sei zum heutigen Zeitpunkt nicht abschätzbar, so Testa. Der Käufer habe freie Hand, im Rahmen der geltenden Zonenplanung und der Zweitwohnungsinitiative, das Gebäude zu nutzen.

Schwieriger Standort für erfolgreiches Hotel

Die Zurückersterkung durch die Clemgia Tarasp AG sei «ein weiterer Schritt in der Geschichte dieses Hotels», erklärt Urs Wohler, Direktor der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG. Die Story um das geschichts-trächtige Haus sei damit keinesfalls zu Ende. «Vielmehr heisst es: Fortsetzung folgt.»

Einerseits wäre es wünschenswert, wenn das Scuol Palace – Wohler spricht lieber vom Kurhaus Tarasp – als Hotel erhalten bliebe. Er ist sich aber bewusst, dass bei den zu tätigen Investitionen die Käufer «nicht Schlange stehen. Andererseits handle es sich um eines der ersten Hotels, die im Jahr 1864/65 im Engadin gebaut wurden. So gesehen habe das Haus einen kulturhistorischen Wert. Wohler räumt aber ein, dass der Standort nicht mehr so erfolgversprechend für ein erfolgreiches Hotel sei. Viel wichtiger als der Standort sei der Geist des Hauses. Wohler erachtet es als sehr grosse Herausforderung, eine starke Idee zu entwickeln, bei welcher der Standort sekundär ist, die aber zum Kulturhistorischen passt.

Mit dem Newsletter der htr hotel revue verpassen Sie keine News mehr. Registrieren Sie sich kostenlos unter www.htr.ch

Schon gespannt? Die Themen von morgen.



Können Sie es kaum erwarten, die hotel revue in Ihren Händen zu halten? Hier erfahren Sie bereits jetzt, welche Themen Sie morgen lesen.

aktuell

Savognin hat am Montag Ja gesagt zum Parc Ela. Bei einem Nein wäre der Park in zwei Teile aufgespalten worden. Das hätte der Bund bei der Vergabe des Naturpark-Labels nicht akzeptiert. Auch der Naturpark Thunersee-Hohgant kämpft mit einem Wegbrechen der Gemeinden. Es sind die Bergbahnen und Bauern, die Vorbehalte anmelden.

fokus

Reicht es, wenn eine für Mitarbeitende wichtige Mitteilung am Schwarzen Brett hängt? Oder soll man sie besser per Mail verbreiten? Und, falls es um die direkte mündliche Ansprache geht: Wie sieht das Gesprächspartner ein Formular ausfüllen und visieren? Gerade in der Hotelriele gibt es viele Kommunikations-Schnittstellen. Eine gut funktionierende interne Kommunikation ist deshalb wichtig.

dolce vita

Für eine Hotelkette ebenso ungewöhnlich wie für ein Stadthotel: der hauseigene Kräutergarten. Das «Radisson Blu» in St. Gallen hat den Versuch gewagt. Rund hundert Quadratmeter sind es, die auf dem eher kargen Vordach des Hotels mitten im Geschäftsviertel von St. Gallen jährlich bepflanzt werden.

cahier français

La multiplication des doléances dans l'Arc jurassien fait débat. Si le tourisme neuchâtelois se dit inquiet, les autres OT de la région ne voient pas ces constructions d'un trop mauvais œil.

Alles zu diesen Themen und vieles mehr erfahren Sie morgen in der htr hotel revue. An Ihrem Kiosk oder direkt in Ihrem Briefkasten.

Die htr auf Facebook und Twitter

Bereits folgen viele Followers der hotel revue auf Twitter, die Facebook-Seite der Branchenzeitung zählt 383 Facebook-Mitglieder. Sind Sie schon dabei? mehr »

Was verdienen Sie?

Über 1000 Lohnempfängerinnen und Lohnempfänger haben bereits an der anonymen Lohnumfrage 2010 von ft (Frauen im Tourismus) und VSTM (Verband Schweizer Tourismusmanager) mitgemacht. Nehmen auch Sie sich zehn Minuten Zeit. mehr »

Salle Modulaire: Entscheid folgt Ende Jahr

Ob das Musiktheaterhaus Salle Modulaire in Luzern realisiert wird, ist seit dem Rückzug der Gönner offener denn je. Die Vision einer künftigen Musikstadt Luzern wurde durch die Planungsarbeiten aber gestärkt. Bis Ende Jahr soll über die Machbarkeit des Projekts entschieden werden. mehr »

Deutscher Wein wird teurer

Deutscher Wein wird wegen dramatischer Ernteinbußen in diesem Jahr voraussichtlich teurer. Die deutschen Weinbauer werden diesen Herbst voraussichtlich die kleinste Ernte seit 25 Jahren einbringen. mehr »

Piloten-Mangel: Traumberuf im Sinkflug

htr hotel revue

Alle schwingen obenauf

Die Wettkämpfe der «Bösen» im Sägemehl von Burgdorf stehen kurz bevor. Die Hotels sind weit über Burgdorf hinaus ausgebucht und der Ticket-Graumarkt blüht.

DANIEL STAMPFELI

W ir vom OK sind auf Kurs», so Christian Billau, Leiter Tourismus Ementaler und Geschäftsführer von Ementaler Tours AG, zum Stand der Vorbereitungsarbeiten für das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest, das vom 30. August bis zum 1. September in Burgdorf stattfindet.

Übernachtungen werden relativ kurzfristig gebucht

«In den vergangenen drei Wochen ist bei der Buchung von Übernachtungen wirklich die Post abgegangen», so Billau. Das zeige, wie kurzfristig gebucht werde. Gegenüber noch im Monat Mai hätten auch die Vier- und Fünfsternehotels der Region mehr Buchungen registrieren können. Solothurn sei ausgebucht sowie Olten und Biel sehr gut gebucht. Da Burgdorf relativ zentral gelegen ist, würden viele wohl mit den Sonderzügen wieder nach Hause fahren, statt weit entfernt von Burgdorf zu übernachten, sagt Christian Billau. Vorteil von Burgdorf sei unter anderem die sehr gute ÖV-Anbindung.

Grosser Nachfrage erfreut sich auch das «Hotel Schwingfest», eine kostenlose Übernachtungsmöglichkeit bei Privaten. Sobald neue Gastgeber gefunden und neue Zimmer auf www.hotel-schwingfest.ch aufgeschaltet würden, seien diese jeweils innert kürzester Zeit vergeben. Auch auf dem Zeltplatz und dem



Die Kämpfe im Sägemehl werden viele Übernachtungsgäste und Tagesausflügler mit Interesse verfolgen.

Swiss-Image.ch/Andy Mettler

Camperstellplatz seien die Buchungen weit über dem Stand vor drei Jahren in Frauenfeld. «Wir sind also insgesamt auf sehr gutem Kurs.»

Nachdem am 22. Mai lediglich 4000 Tickets in den freien Handel kamen, die innert weniger Stunden weg waren, werden nun über «Ricardo» und «Alltickets» Eintritte deutlich über dem offiziellen Preis angeboten. Die Alltickets GmbH ist spezialisiert auf Events, die ausverkauft sind. Dazu gehört auch das Schwing- und Älplerfest in Burgdorf, für welches die Online-Plattform Stehplatz-Tickets anbietet. Die Alltickets GmbH schlägt für ihre Gewinnmarge 20 Prozent zum bereits gegenüber dem offiziellen Preis erhöhten Preis hinzu.

Raphael Wild, Mediensprecher des Schwing- und Älplerfestes, geht davon aus, dass die auf dem

Graumarkt angebotenen Tickets nicht von Schwingverbänden stammen, sondern «von Privaten, die ihre gekauften Tickets verschachern». «Diese Graumarktangebote bereiten uns sicher keine Freude, doch haben wir dagegen keine rechtliche Handhabe», so Raphael Wild weiter.

Journalisten aus dem Ausland hautnah am Schweizer Brauchtum

Im Rahmen der internationalen Medienreise mit dem Thema «lebendige Traditionen», organisiert durch Schweiz Tourismus (ST), die nächste Woche stattfindet, werden am Ende der Reise zwölf Journalisten am 31. August das Eidg. Schwing- und Älplerfest in Burgdorf besuchen.

Diese kommen laut Véronique Kanel von ST aus Brasilien, Tschechien, Deutschland, Indien, Israel, den USA, Polen,

Russland, Spanien, Australien und der Schweiz. Übernachten werden die Journalisten während dieser Zeit im Hotel Bern in Bern. Sie kommen auch in den Genuss einer Tour mit dem eBike

entlang der Emmentaler Käse-Route. Auch eine Führung durch die Berner Altstadt steht auf dem Programm. Optional wird von ST «Urban Swimming» in Bern angeboten.

Schweiz

Swiss Hostels kooperiert mit Ecompter

Swiss Hostels, ein Verein von 35 unabhängigen Hostels in der Schweiz, geht eine Partnerschaft mit Ecompter ein. Ecompter misst die Nachhaltigkeit für Hostels, Hotels und andere Unterkünfte und wertet diese aus. Die Partnerschaft sei Teil einer Initiative von Swiss Hostels, ihre Mitglieder bei der Verbesserung der CO₂-Bilanz zu unterstützen, teilt der Verein mit. Die Mitglieder können ihre Bemühungen zum Thema Umwelt auf www.swiss-hostels.com unter ihrem Hostel-Eintrag präsentieren.

Bauernverband will Initiative lancieren



adb

Das Schweizer Agrarland soll besser geschützt und die Versorgung mit einheimischen Agrarprodukten gesichert werden. Der Vorstand des Bauernverbandes schlägt den Bauern vor, eine Volksinitiative zu lancieren, um dies in der Verfassung zu verankern. Entscheiden werden am 20. November die Delegierten. dst

Verkaufsstände auf Perrons

Die SBB will Take-aways auf den Perrons einrichten. Mit den Mieteinnahmen will die Bahn ihre Rechnung verbessern.

Die SBB will schweizweit in zehn bis zwanzig Bahnhöfen ab Frühling 2014 Perronverkaufsstände installieren. Laut «NZZ am Sonntag» sollen die ersten im Frühjahr 2014 in Zürich, Basel, Biel und Yverdon stehen.

In Winterthur wird ein solcher Verkaufsstand der Backwarenketten Bäckerei auf dem Perron bereits seit November getestet. Dieser sei aus Sicht der SBB positiv ausgefallen.

Noch keine Angaben macht die SBB zu den Kosten sowie dazu, welche Firmen die Imbissstände führen werden. Zurzeit läuft das Bewerbungsverfahren. Die SBB will nach eigenen Angaben einen möglichst guten Branchenmix und lädt Interessenten ein, Offerte einzureichen.

Der Präsident von Pro Bahn, der Interessenvertretung der Kundinnen und Kunden des öffentlichen Verkehrs, hat für das Vorhaben der SBB wenig Verständnis. Insbesondere da viele Bahnhöfe zu Hauptverkehrszeiten ohnehin aus allen Nähten platzten, wie Pro-Bahn-Präsident Kurt Schreiber argumentiert. Gemäss SBB müssen die Sicherheit und ein störungsfreier Personenfluss jederzeit gewährleistet sein. Rund um den Stand dürften keine Staus entstehen. dst

Doppelstock auf Simplonlinie

Das Wallis investiert grosse Summen in die Modernisierung der Bahninfrastruktur. Ab 2018 werden auf der Simplonlinie Doppelstockzüge der SBB verkehren.

Die ersten Doppelstockzüge werden ab 2018 zu den Hauptverkehrszeiten auf der Linie Brig-Genf-Flughafen verkehren und das Angebot an Sitzplätzen ver-

bessern, wie an einer Medienkonferenz in Sitten erläutert wurde. Nach Abschluss der Neugestaltungsarbeiten des Bahnhofs Lausanne voraussichtlich 2025 werden zwei Züge pro Stunde zwischen Genf und Brig in beiden Richtungen verkehren. Das Regionalangebot des «RER Valais-Wallis» wird schrittweise zum ganzjährigen Halbstundentakt ausgebaut.

Doch auch der Regionalverkehr werde nicht vergessen, wurde in Sitten weiter erklärt. Für die Periode 2013 bis 2016 ist für die

Durchführung eines ambitionierten Modernisierungsprogramms der bestehenden Infrastruktur ein Betrag von insgesamt 157 Mio. Franken, davon rund 61,5 Mio. zulasten des Kantons, vorgesehen. Zusammen mit dem BAV unterstützt der Kanton Wallis durch sein Departement Verkehr, Bau und Umwelt die regionalen Walliser Transportunternehmen mit bedeutenden finanziellen Mitteln, um die bestehende Infrastruktur zu modernisieren. dst

distribution day 2013

HERAUSFORDERUNG: ZUKUNFT!
EFFIZIENZ – PRODUKTIVITÄT – ÜBERLEBEN

3RD SWISS DISTRIBUTION DAY
DIENSTAG, 3. September 2013
Mövenpick Hotel, Zürich-Regensdorf

Die touristischen Leistungsträger sind gefordert, mit der rasanten Entwicklung im Web und auf mobilen Geräten Schritt zu halten. Der Swiss Distribution Day 2013 nimmt die «Herausforderung Zukunft» an: Hier werden die neuesten Trends und Lösungen hautnah und aus erster Hand präsentiert. Neben der alltäglichen Buchungsschallenge in der Hotellerie entwickeln sich immer mehr Buchungschancen online bei MICE-Produkten, Hotelbuchungen und Ferienwohnungen.

ANMELDUNG UND INFORMATION
www.distributionday.ch

SWISS DISTRIBUTION DAY
c/o HSMS Hotel Sales & Marketing Services
GmbH & SHS Swiss Hospitality Solutions AG
Steinbruchstrasse 30a
8810 Horgen
Telefon +41 (0)44 718 48 00
welcome@distributionday.ch
www.distributionday.ch

Presenting-Partner

CRESQO

Bronze-Partner

AirPlus
infor
TOP ALLIANCE

Gold-Partner

SWISS SALES
CONFERENCE

swiss hospitality solutions

Konferenz-Partner

hospitalitycamp

Silber-Partner

HRS
Des Hotels

CISCO

Medien-Partner

hotelrevue
Hotelier

Networking-Partner

SWISS MARKETING
hsmal

Erstmals fand die Koch- und Denkfabrik «Cook Tank» des deutschen Online-Portals Sterneffresser in der Schweiz statt. Im Park Hotel Vitznau traf sich die Kochelite zum Austausch.

SABRINA GLANZMANN

Wir wollen die Vorbilder der Gourmetszene besser vernetzen, Denkanstösse bieten und den Austausch untereinander fördern», erklärte Sterneffresser-Gründer Christian Strommann am Montag im Park Hotel Vitznau zu Beginn der ersten Schweizer Ausgabe von «Cook Tank».

Spitzenköche, Nachwuchstalente und Fachjournalisten trafen sich zu einem inspirierenden Tag zwischen Herd, Esstisch, Fotostudio und Vortragsrunde anlässlich der sechsten Koch- und Denkfabrik des kulinarischen Online-Magazins Sterneffresser.de. Zwölf geladene Spitzenköche – darunter Andreas Caminada, Tanja Grandits oder Rolf Fliegau – präsentierten mit den Chefs des Gastgeberhauses Nenad Milinovic und Christian Nickel ihre innovativen Ansätze. 3-Sterne-Koch Caminada servierte sein neuestes Forellengericht etwa kurzerhand auf einem iPad und durchleuchtete es mit kunstvollen, weissen Lichteffekten. Diese nette Spielerei sorgte unter den Anwesenden für regen Gesprächsstoff.



Christian Strommann (mit Jackett) begrüsst die 40 Akteure im Namen des Online-Portals Sterneffresser.de.

Bilder Sebastian Linder/white-plate.com

Talente unter sich



Andreas Caminada serviert sein neues Gericht auf einem iPad.



Ziegenfrischkäse-Kreation von Gastgeber Nenad Milinovic.



Auch Tanja Grandits aus dem Basler «Stucki» war mit dabei.



Nenad Milinovic (r.) und sein Souschef Sven Wassmer.



Gut gelaunt (v.l.): **Gerold Biner**, CEO Air Zermatt, **Fernando Lehner**, Unternehmensleiter der Gornergrat Bahn und MG Bahn, Alt-Bundesrat **Adolf Ogi**, **Daniel Luggen**, Direktor Zermatt Tourismus, **Martin Berchtold**, Leiter Betrieb und Geschäftsleitungsmitglied MG Bahn.

zvz

Weltrekord vor schönster Kulisse

Guinness Rekord auf dem Gornergrat: 508 Alphornbläser führten letztes Wochenende das bisher grösste Alphornkonzert durch.

SABRINA GLANZMANN

Schon nur das Wetter war rekordverdächtig: Als sich letzten Samstag punkt 11.15 Uhr 508 Alphornbläser auf dem Gornergrat zum Gemeinschaftskonzert trafen, hätte die Sonne nicht stärker strahlen können. Gutes Omen für die Musikanten aus der ganzen Schweiz, die unter der Leitung von Gilbert Kolly mit der Welturaufführung von «Uf em Gornergrat» den Welt-

rekord von 2009 deutlich übertrafen. Damals schafften noch 366 Bläser den Eintrag ins Guinness Buch der Rekorde, anlässlich des 111. Geburtstages der Gornergrat Bahn. Altbundesrat Adolf Ogi und der CEO der Air Zermatt, Gerold Biner, bekräftigten den Rekord vor den Augen zahlreicher Zuschauer und Branchenvertreter gleich vor Ort.

Patrik Scherrer verlässt den Kursaal Bern

Der Generaldirektor des Kursaal Bern, Patrik Scherrer, hat den Verwaltungsrat der Kongress + Kursaal Bern AG informiert, dass er im nächsten Frühling den Kursaal verlassen wolle, um sich beruflich neu zu orientieren. Der Verwaltungsrat bedauert den Entscheid, zeigt aber Verständnis dafür, dass Scherrer nach 17 Jahren Engagement für die Kursaal-Unternehmung eine neue berufliche Herausforderung suche.

ste



Patrik Scherrer will sich beruflich neu orientieren.

zvz

Von Murten ins Oberland

Neue Führung für die Wellness- und Spa-Hotels Ermitage und Beatus im Berner Oberland: Die Besitzer und Hoteliers Heiner Lutz und Laurenz Schmid übergeben an Daniel J. Ziegler.

SABRINA GLANZMANN

Es ist die Übergabe der Stunde in der Schweizer Hotellerie: Diese Woche wurde bekannt, dass sich die beiden Hoteliers Heiner Lutz und Laurenz Schmid ab 1. Dezember 2013 aus der operativen Leitung ihrer Betriebe zurückziehen. Die Besitzer der Wellness-Hotels Ermitage in Schönried ob Gstaad und Beatus in Merligen am Thunersee haben die Position des CEO über beide 5-Sterne-Häuser an Daniel J. Ziegler anvertraut. Ziegler, der seit 2009 als Direktor im Relais & Châteaux



Die Besitzer der Wellness & Spa Hotels Ermitage Schönried und Beatus in Merligen, **Heiner Lutz** (ganz links) und **Laurenz Schmid** (ganz rechts) mit **Peter Mennig** (Direktor im «Beatus»), **Daniel J. Ziegler** (neuer CEO der beiden Betriebe, Mitte) und **Stefan Walliser** (Direktor im «Ermitage»).

zvz

Hotel Le Vieux Manoir in Murten wirkt, verlässt das Haus per Ende Saison 2013; dessen Betrieb mussten die Besitzer infolge eines nicht realisierbaren Zonen-nutzungsplanes Ende Mai 2013 vorübergehend schliessen (die

htr berichtete). «Mit Daniel J. Ziegler haben wir einen ausgewiesenen Fachmann, einen der besten Schweizer Hoteliers, gewinnen können», so Heiner Lutz und Laurenz Schmid. Mit den beiden Direktoren Peter Mennig

und Stefan Walliser stünden Ziegler zudem ausgewiesene Fachleute zur Seite. Während den 37 Jahren ihrer unternehmerischen Tätigkeit investierten Lutz und Schmid über 100 Mio. Franken in die beiden Hotels.

Sesselrücken

Victoria-Jungfrau muss den Direktor ziehen lassen

Stefan W. Bollhalder (Bild), Direktor des Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken, hat sich entschieden das Unter-



zvz

nehmen zu verlassen, um im Ausland eine neue Herausforderung anzunehmen. Bollhalder hatte die Hoteldirektion vor knapp drei Jahren übernommen. Interimistisch wird der stellvertretende Direktor, **Fredi Daumüller**, das 5-Sterne-Haus in Interlaken leiten, teilt die Victoria-Jungfrau Collection mit.

Zürich Tourismus mit neuem Marketing-Leiter

Marc Bertschinger wird ab 1. Dezember 2013 bei Zürich Tourismus den Bereich Marketing & E-Business leiten. Bertschinger ist



zvz

seit über 13 Jahren im Marketing und im E-Commerce tätig und hat unter anderem bei der SBB als Marketing-Projektleiter das Online-Ticketing lanciert. Gemäss Mitteilung von Zürich Tourismus gilt Marc Bertschinger als kreativer Denker, der in der Schweizer Tourismusbranche gut vernetzt ist.

Ein neuer Vize-direktor für das Arosa Kulm Hotel

Raphael Herzog ist zum Vize-direktor des Arosa Kulm Hotel & Alpin Spa ernannt worden. Der 29-jährige Herzog war bereits seit



zvz

16 Monaten im Arosa Kulm Hotel als Direktionsassistent für den Bereich Sales & Marketing verantwortlich. Der diplomierte Hotelier HF SHL sammelte in verschiedenen Ländern umfangreiche Hotellerie-Erfahrung, allem voran in der Event-Abteilung des Grandhotel Belvédère in Davos.

Neues Geschäftsleitungsmitglied bei Rivella

Der Schweizer Getränkehersteller Rivella hat **Thomas Warring** (Bild) als neues Geschäftsleitungsmitglied ernannt. Der 45-jährige



zvz

Marketing- und Verkaufsprofi ist ab Mitte August für den internationalen Absatzmarkt verantwortlich. Er tritt die Nachfolge von **Axel Kuhn** an, der neu für den Verkauf Schweiz verantwortlich zeichnet. Die letzten drei Jahre war Warring für einen Tabakkonzern in Brasilien und Mexiko tätig.

ste

Cuisson lente, une belle machine

Damien Germanier revient à Sion avec son nouveau projet. Un cadre couleur sable qui inspire la sérénité. Il y sert un chevreuil d'été à la pulpe de noire de Crimée.

ALEXANDRE CALDARA

Un restaurant imaginé à partir d'un couteau. Projet tranchant pour un chef qui aime les cuissons rendant l'aliment légèrement translucide. L'Opinel au manche blanc et noir posé dans l'entaille d'une sorte de galet pose les bases du restaurant éponyme de Damien Germanier, qu'il vient d'ouvrir à Sion. Une année avant de déménager du Botza de Vétroz le jeune chef avait choisi sa lame: «Je voulais autre chose que les Laguioles que l'on voit



Damien Germanier

partout, ce couteau que l'on garde pour la viande a déterminé toute notre décoration intérieure avec des nappes couleur sable et des sculptures en bois naturel. Une scénographie nouvelle imaginée avec la designeuse Elisabeth Wary. «On le voulait cosy, feutré, qu'il inspire la sérénité.» La vaisselle a été complètement renouvelée à Limoges, une partie commandée chez Raynaud et l'autre conçue par l'artisanat raffiné de Sylvie Coquet.

Voilà pour la douce révolution, car pour la cuisine «nous restons dans le même état d'esprit qu'au Botza, une base classique avec un œil jeune». Fidèle à sa formation chez Didier de Courten et Gérard Rabaey, il n'emploie ni machine sous vide, ni thermocuisseur. Durant cinq ans dans la zone industrielle de Vétroz, Damien Germanier égarait souvent sa clientèle: «Il fallait vingt minutes pour nous trouver en voiture et marcher autant depuis les transports publics.» Il y a cependant acquis une clientèle fidèle et gagné un point au Gault Millau par année depuis 2008, pour devenir promu de l'année 2012. Il retrouve donc la capitale valaisanne où il tenait une table d'hôte avec son fils, directeur de la salle Samuel Briand. Et depuis lors tous leurs menus sont proposés avec des accords

«J'aime servir le foie gras, produit fermier, avec de l'artichaut ou du céleri rustique.»

Damien Germanier
Promu Gault Millau 2012

Il aime cuisiner la viande, mais pas spécialement le sec filet de bœuf, parlez-lui plutôt d'un carré de cochon bien persillé. Il travaille avec la boucherie Mèrat de Martigny, la division gastronomie du grossiste Cher-Mignon, dirigée par Joël Suter, frère du chef Pierrick Suter: «On peut leur demander exactement ce que l'on veut comme juste un petit cœur

met et vins: «On a dépanné pas mal de petits vigneron et fait découvrir des cépages.» 180 vins valaisans figurent à sa carte, contre 30 crus de l'étranger.

de veau.» Il apprécie les cuissons minimalistes, sans four «juste au coin du fourneau, lentement, le chevreuil d'été je le sers bleu, mais chaud.» Et adore aussi l'opposé «une poitrine de bœuf qui a mijoté pendant 60 heures.» Il inclut volontiers un abat dans son plat de viande, comme clin d'œil au condiment «un beignet de tête de veau sauce grise ou une petite brunisse de pied de porc.»

Pour les poissons, il travaille avec le grossiste Bianchi, en ce moment il sert une fêta du lac en aiguille, cuite à basse température, avec une huile au basilic. Il avoue ne pas être spécialiste du végétal, mais aime décliner un seul légume, comme la tomate «en purée noire, en cherry confite

et en jaune crue.» Il braise le céleri dans du jus de viande ou le cuit en croûte de sel.

En Suisse romande, une amitié et un grand respect le lie avec Stéphane Décotterd. Mais lorsqu'il s'agit de citer le chef qui le tire en avant, il n'hésite pas: Yannick Alléno: «J'admire la complexité de ses revues et livres de cuisine qui contrastent avec sa cuisine hyper simple, épurée. On a dégusté chez lui un pot-au-feu de foie gras, un lobe cuit entier, découpé en salle servi avec un navet japonais.»

Les desserts, il le confesse, furent son doux talon d'Achille, il travaille maintenant avec un consultant, le pâtissier Philippe Blondiaux. «Je lui ai amené une idée de dessert: un soufflé de fruits de saison; des abricots de Saxon, des framboises de Nendaz. Il met cela en format pâtissier.»

Damien Germanier propose quatre cartes par année, un produit y figure en permanence, le foie gras en terrine ou en mousse: «Il ne faut pas oublier qu'il s'agit aussi d'un produit fermier, j'aime le servir avec de l'artichaut ou du céleri rustique.» Côté présentation dans l'assiette, il pose les éléments sur papier et aime les volumes, une purée en traversière avec de la texture par-dessus et les sauces servies à part. Il ne peut oublier ce qu'il a appris chez de Courten: une sale manie.



Les langoustines rôties à l'échalote, bouillon d'asperges et lard sec du Valais.

Images: Idd lindaphoto.ch



Le nouveau restaurant Damien Germanier, à Sion.

En bref

Suisse

Le vin cent fois plus importé qu'exporté

L'an dernier, la Suisse a importé cent fois plus de vin qu'elle n'en a exporté, relève l'Agence d'information agricole romande, sur la base de données de l'Administration fédérale des douanes. Plus de 184 millions de kilos de vin ont été importés, prioritairement d'Italie (34%) et de France (31%), pour près d'un milliard de francs. Côté exportations, la Suisse a vendu 1,7 million de kilos de vin – principalement en Allemagne – pour 165 millions de francs.

Vaud

16 000 personnes au festival du film des Diablerets



IdD

Le Festival du film des Diablerets s'est terminé dimanche sur un bilan record. Les 32 films documentaires avec pour thèmes la montagne, l'environnement et les exploits sportifs ont attiré 16 000 personnes dans la station vaudoise, contre 10 000 l'an dernier. Le Club alpin était l'invité d'honneur de cette 44e édition. Onze films ont été récompensés, dont «The Dragon's Back Race» de Richard Heap qui a remporté le Grand Prix du festival.

Un seul office de tourisme pour Morges et région

Il n'y aura bientôt qu'un seul office de tourisme pour le district de Morges. Selon «24 heures», les deux associations à la tête des offices du tourisme de Morges et de La Sarraz seront dissoutes. La réorganisation vise à un meilleur partage des tâches. Un directeur sera chargé de la stratégie, la promotion, la communication et le marketing. Les offices de tourisme locaux assureront l'accueil, l'information et l'animation. La nouvelle association sera créée début 2014 et devra s'appeler Région Morges Tourisme.

Fribourg

La Gruyère vue à bord d'un hélicoptère



IdD

L'Office du tourisme de Moléson s'associe à Hélicopter pour offrir aux amateurs de hauteur et de sensations légères et éphémères une vue du ciel de la Gruyère. Dimanche, à l'occasion de la Fête de l'Air, ils pourront embarquer à bord d'hélicoptères pour un baptême ou le simple plaisir de voler. Les vols dureront environ 6 minutes et n'auront lieu que si la météo le permet. Le prix de la place adulte est de 50 francs et 40 francs pour les enfants. Les réservations s'effectuent sur place. lb

«Insuffler de la vie, des propositions»

Directrice de la Fédération suisse du tourisme depuis moins de 100 jours, Barbara Gisi présidera sa première assemblée générale mercredi, à Morat. Elle relève le défi que représente l'accueil des hôtes d'autres cultures.

Thérèse Lagler

Barbara Gisi, lors de l'assemblée générale de la Fédération suisse du tourisme, le conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann évoquera la stratégie du tourisme décidée par la Confédération. Etes-vous en accord avec ce projet? Dans son principe, oui. Il requiert cependant des

éléments complémentaires pour l'améliorer et le concrétiser. De quelle manière intensifier dans la pratique la collaboration avec d'autres opérateurs? Comment concevoir les coopérations? Il est nécessaire d'insuffler à ce projet un peu de vie par des propositions concrètes, des fils conducteurs et des conseils pour son application.

Où voyez-vous les principaux défis pour le tourisme suisse? Dans l'accueil des nouveaux visiteurs, qu'ils viennent de Russie, d'Inde ou d'autres pays asiatiques. Quels sont les besoins particuliers de ces hôtes? Comment accueillir un nombre toujours plus élevé de touristes venus d'autres environnements culturels? Les réponses à ces questions

sont absolument essentielles pour l'avenir de notre secteur.

Que pensez-vous du projet de loi sur les résidences secondaires, actuellement en procédure de consultation?

Dans les grandes lignes, le projet se présente sous un jour favorable. Il tient compte à juste titre des exigences économiques, car il importe de ne pas laisser tarir les flux financiers dont nous bénéficions jusqu'à présent.



«Le développement durable doit s'imposer comme une évidence.»

Barbara Gisi
Dir. Fédération suisse du tourisme

considération la notion de développement durable, elle représente aussi une garantie contre le bétonnage à outrance.

La FST a aussi des intérêts spécifiques. L'une de vos activités consiste à classer les logements de vacances...

C'est exact. Nos labels de qualité nous permettent d'apporter de la clarté sur ce marché et d'éliminer les moutons noirs. Comme la classification prend en

Comment la FST doit-elle s'engager en faveur du développement durable?

Il doit s'imposer comme une évidence. Des mesures comme la réutilisation des serviettes de bain sont utiles, mais il nous faut aussi intégrer ses principes dans les investissements, la construction ou la conception de nouvelles prestations.

Quelle est votre vision de la FST?

L'une de ses tâches essentielles sera toujours de contribuer à définir et à influencer les conditions-cadre. La FST doit servir aussi de catalyseur, de plate-forme de connaissances, de think-tank afin d'offrir une aide pour s'aider soi-même.

Traduction Jean Pierre Ammon sur la base d'un texte en page 3

En bref

International

La natation
à la rescousse
de Barcelone

Pendant les 16 jours de compétition, des Mondiaux de Natation, entre le 19 juillet et le 4 août les hôteliers barcelonnais étaient au plus haut de leurs performances. Selon les données publiées par MKG Hospitality: «Le taux d'occupation des établissements atteint presque les 90%, soit une amélioration de 5,6 points en comparaison avec l'an dernier, cumulés à des prix moyens en hausse de 4%, à plus de 145 euros.» Alors que le début juillet avait été morose.

Valais

Des trains à
deux étages
en 2015

Sur la ligne du Simplon, «les premiers trains à deux étages circuleront dès 2018», annonce le canton du Valais dans un communiqué. Ils desserviront la ligne aux heures de pointe pour améliorer l'offre de places assises entre Brigue et Genève-Aéroport. Le canton investira 29 millions de francs ces prochaines années pour moderniser ses infrastructures ferroviaires: «Le trafic régional ne sera pas oublié.» aca

Neuchâtel

L'Hôtel de l'Ecluse
planifie trois
nouvelles suites

L'Hôtel de l'Ecluse à Neuchâtel pourrait faire l'objet d'agrandissements, annonce le quotidien L'Express. L'hôtel trois étoiles de 19 chambres a mis à l'enquête un projet de surélévation permettant d'accueillir trois nouvelles suites. Le rez-de-chaussée sera également transformé afin de créer une nouvelle salle de petits-déjeuners, un ascenseur et une nouvelle réception. La rampe d'escaliers sera mise aux normes. Le coût des travaux est estimé à 700 000 francs. lb

L'envol
du Parc
du Doubs

Il devient
le quatrième parc
naturel régional de
l'Arc jurassien. Le
Parc du Doubs sera
officiellement label-
lisé samedi. La phase
de gestion peut
commencer.

MIROSLAW HALABA

Il y a aura de la musique, des discours, un spectacle théâtral, des petits fours samedi matin à Saignelégier. Quatorze ans après la constitution de l'association qui lui a donné naissance, près de 25 ans après les premières velléités francosuisse de protéger la région et quelques épisodes houleux, le Parc du Doubs recevra officiellement le label de parc naturel régional. Remise par l'Office fédéral de l'environnement pour dix ans, cette reconnaissance est non seulement importante pour la crédibilité de l'entité, mais aussi pour son développement. «Nous

entrons maintenant dans la phase de gestion, à savoir la concrétisation des projets proposés dans la phase de création», explique Gérard Cattin, directeur du parc.

Le Parc du Doubs, qui jouxte la rivière du même nom, s'étend sur les cantons du Jura, de Neuchâtel et de Berne, mais collabore également avec la région française voisine, le Pays horloger, qui cherche, aussi à obtenir, une labellisation analogue selon les normes en vigueur dans ce pays. On ne s'étonnera donc pas de trouver parmi les projets à concrétiser les Chemins de la contrebande: quatre itinéraires transfrontaliers, destinés aux randonneurs et aux vététistes, qui devraient voir le jour en 2014.

Ilots d'animation et d'information
et produits du terroir

Un an plus tard, ce sera au tour du Centre d'interprétation du Doubs: un concept à mi-chemin entre le musée et le parc d'attraction. A partir d'un point fixe, qui sera sans doute dans la région de Biaufond, le public trouvera des ilots d'animation et d'information le long du Doubs. Un autre projet consistera à inciter les producteurs à augmenter la fabrication de produits du terroir.



Le cadre idyllique du Parc naturel régional du Doubs convient à merveille à la mobilité douce. ldd

«Notre parc s'adresse avant tout aux familles et aux seniors qui veulent découvrir la nature à leur rythme. Les activités sportives ne sont pas notre ancrage

parc composés de produits du terroir, des tours en vélos électriques organisés en collaboration avec le Parc régional Chasseral.

Vers l'amélioration de la capacité
et de la qualité de l'hébergement

Outre ces projets, il y a encore à faire pour donner une assise solide à ce parc. «Nous devons améliorer la capacité et la qualité de l'hébergement», souligne Gérard Cattin. Symbole phare du parc, le Doubs est en mauvaise santé. Membre du groupe de travail binational chargé de trouver des solutions à ce problème, l'association du parc espère faire entendre sa voix. «Nous entendons jouer un rôle d'aiguillon pour que des mesures sanitaires soient prises», déclare Gérard Cattin.

Avec le Parc régional Chasseral, le Parc naturel du Jura vaudois et le Parc naturel de Thal, dans le canton de Soleure, le Parc du Doubs devient le quatrième parc naturel régional de l'Arc jurassien. «C'est une belle carte à jouer pour la destination Jura & Trois-Lacs», estime Gérard Cattin. Michael Weyeneth, directeur de cette destination, se réjouit: «Les parcs naturels attirent une clientèle qui cherche la nature et le calme à découvrir avec la mobilité douce. Cela correspond tout à fait à l'un de nos domaines d'activité stratégique.»

Pour lui, l'étape suivante consiste à définir la collaboration avec ces parcs naturels, sachant que tous n'ont pas les mêmes besoins.

«Les activités
sportives ne sont
pas l'ancrage
primordial
du parc.»Gérard Cattin
Directeur Parc naturel du Doubs

primordial», note Gérard Cattin. Le parc propose déjà quelques produits pour les attirer. On y trouve un programme de randonnées, la vente de pique-niques du

Une journée consacrée au futur

Le Swiss Distribution Day
proposera un large
éventail de conférences
autour du lien entre online
et tourisme. A découvrir
prochainement à Zurich.

Jürg Schmid ouvrira cette
journée. ldd

La troisième édition du Swiss Distribution Day se déroulera le 3 septembre à l'Hôtel Mövenpick Zurich-Regensdorf. Il sera placé sous la thématique: «Le nouveau challenge: le futur». L'occasion de réunir les professionnels de l'hôtellerie et du tourisme autour des nouvelles tendances dans le domaine de l'online et du marketing.

«Tout le monde pourra bénéficier de conseils concrets pour son travail de chaque jour», estime Olivier Stodt, CEO de Swiss Sales Conferences et co-initiateur de l'événement avec Wilhelm K. We-

ber. La question du combat autour des prix et de la parité sera débattue.

Les principaux intervenants seront: Michael Simon (membre de la direction du portail hôtelier HRS); Gabriele Bryant (experte en marketing médias auprès de Blum, Bryant SA); Keith Gruen (fondateur de Fidelio); Simon Lehmann (CEO de Interhome SA); Philipp Lennartz (directeur du marketing de Althoff Hotel Collection); Oliver May (vice-président et manager financier chez CRS Travel); Philipp Ries

(responsable des ventes auprès de Google Suisse); le business expert Hermann Scherrer; Jürg Schmid (directeur de Suisse Tourisme); Heiko Siebert (consultant online et marketing); Wilhelm K. Weber (associé auprès de SHS Swiss Hospitality Solutions AG), tout comme Georg Ziegler (chef B2B de Holiday-check SA). Le modérateur sera Stephan Klapproth. Il reste quelques places pour un événement déjà très court. sag/aca

www.distributionday.ch

ANZEIGE

stars&hotels
Swiss Hotel Film Award

CHOOSE YOUR FAVOURITE FILM...

INTERNET VOTING
FROM AUGUST 15, 2013
until SEPTEMBER 18, 2013
WWW.SWISSHOTELFILMAWARD.CH

MEDIA PARTNER

htr hotel revue

PRESENTED BY

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Vote now!

Fêtes de Genève en réflexion

Dès 2015, la formule des Fêtes de Genève sera amenée à évoluer. L'organisatrice Genève Tourisme & Congrès va entamer un dialogue avec la Ville pour répondre à ses critiques.

LAETITIA BONGARD

Kermesse géante, «odeur de naphthaline», les termes utilisés par le conseiller administratif de la Ville de Genève Guillaume Barazzone ont ravivé le débat autour des Fêtes de Genève. Les critiques résonnent d'autant plus fort que la convention entre l'organisatrice, la Fondation Genève Tourisme et Congrès (FGT&C), et la Ville qui met gratuitement la Rade à disposition, se termine fin 2014. L'occasion d'entamer une réflexion sur l'avenir de ces Fêtes qui possèdent une double particularité: celle d'être entièrement autofinancées par l'office du tourisme (budget de 3,5 millions de francs) ainsi que la plus grande manifestation touristique de Suisse. A noter qu'elles mobilisent trois postes à plein temps au sein de l'OT.



«Nous n'allons pas réinventer la roue, mais apporter des améliorations à ces Fêtes.»

Paul Muller
Prés. Genève Tourisme & Congrès

«La première question à laquelle nous devons répondre est de savoir à qui s'adressent les Fêtes. Aux Genevois, aux touristes ou aux deux? Les attentes diffèrent en fonction du groupe cible. Mais si elles attirent deux millions de personnes, c'est que ce n'est pas si mal que cela», déclare Paul Muller, président de la FGT&C. A la tête de cette fondation depuis six mois, Paul Muller refuse d'émettre des idées concrètes sur la forme que pourraient prendre les Fêtes de Genève dès 2015. «Nous devons tout d'abord nous réunir, mais une chose est sûre, nous n'allons pas réinventer la roue, mais apporter des améliorations. Le feu d'artifice par exemple fait l'unanimité. Pourquoi ne pas se concentrer autour de cet événement, construire quelque chose là autour?»

La Ville attend un effort sur les prix et l'originalité

La Ville, quant à elle, ne remet nullement en cause l'existence des Fêtes de Genève. «Elles vont évidemment continuer d'exister, mais la forme pourrait changer. Une manifestation comme celle-ci a besoin d'évoluer pour ne pas décliner», indique Cédric Waelti, porte-parole du Département de l'environnement urbain et de la sécurité, à la tête duquel se trouve Guillaume Barazzone. A l'écoute des critiques et des remarques, la Ville annonce vouloir les prendre



Les Fêtes de Genève animent la Rade durant dix jours en été, attirant près de deux millions de personnes.

ldd

en considération, construire un dialogue constructif avec les organisateurs. Parmi ses exigences: «Un peu plus d'originalité et des prix un peu plus conviviaux», résume Cédric Waelti.

Quatre projets présentés, aucun retenu

L'avenir des Fêtes a déjà fait l'objet d'un appel à projet. L'office du tourisme est revenu bredouille:

sur les quatre projets, aucun n'était réalisable, pour des questions de budget ou d'infrastructure. Ils ont été abandonnés. Preuve que la donne est complexe, comme tient à le souligner Paul Muller: «Si les intérêts du public priment, ceux des forains, des contributeurs soit les acteurs du tourisme, et des riverains doivent être pris en considération pour pouvoir assurer la viabilité de cette

manifestation.» Mais pour lui, il ne s'agit ni de les raccourcir, ni de les déplacer: «La formule actuelle n'est pas le fruit du hasard, mais déjà l'aboutissement d'une réflexion menée par le passé.»

Marc-Antoine Nissille, président des hôteliers genevois, ne s'exprime pas davantage sur le caractère à donner à ces fêtes: «Il y a autant de concepts que de Genevois! C'est un sacré défi de satis-

faire tout le monde. Les hôteliers sont favorables aux Fêtes de Genève. Beaucoup de villes en Suisse et en Europe jaloussent cette manifestation, ce qui n'empêche pas que la réflexion doit avoir lieu.»

Paul Muller espère que des orientations puissent déjà être définies avant la fin de l'année, afin de prévoir des épreuves test lors de l'édition 2014. Premières esquisses d'un renouveau.

Le haut potentiel des résidences vaudoises

Les propriétaires de résidences secondaires dans les Alpes vaudoises occupent leur bien en moyenne 80 jours par année, indique une étude. Ils pourraient en revanche davantage les mettre en location.

LAETITIA BONGARD



A Villars, les résidences sont occupées 75 jours par année. ldd

Les stations des Alpes vaudoises comptent 8870 résidences secondaires qui sont occupées en moyenne près de 80 jours par année par leurs propriétaires. «Un taux bien supérieur aux chiffres avancés par la Confédération dans le guide sur les résidences secondaires», relève la Communauté d'intérêt touristique des Alpes vaudoises (CITAV). Elle a mené une enquête auprès de 3432 propriétaires de résidences secondaires (soit un taux de participation de plus de 40%) dans les neuf communes concernées: Gryon, Ollon (Villars), Or-

mont-Dessus (les Diablerets), Ley-sin, Aigle, Ormont-Dessous (les Mosses), Château-d'Ex, Rossinière et Rougemont. Dans 26% des cas, ces résidences sont occupées de 90 à plus de 150 jours par an.

Pour les auteurs de l'étude, «ces chiffres sont excellents d'autant qu'ils ne tiennent compte que des séjours à titre privé, et non des périodes de location touristique à des tiers.» Une bonne occupation qui s'explique principalement par la proximité du lieu de vie des propriétaires: 68% vivent dans l'Arc lémannique, 19% à l'étranger.

Face à ce constat idyllique, une ombre au tableau: le taux de mise en location touristique de 12%. Ce chiffre atteint un «niveau assez faible» en comparaison fédérale, relèvent les auteurs, où le taux se situe entre 10 et 15%. Un important potentiel de développement existe aux yeux de la CITAV: 10% des propriétaires ayant répondu au questionnaire se disent disposés à mettre leur bien en location lorsqu'ils ne l'utilisent pas. Pour les stations des Alpes vaudoises, cela pourrait représenter entre 700 et 1800 résidences offertes à la

location supplémentaires (soit 3500 à 8000 lits marchands).

La CITAV en appelle aux instances communales et régionales pour mettre en œuvre des incitations pour augmenter la mise en location. Deux mesures en font partie: développer des systèmes de location professionnels, par exemple en passant par une coordination avec les hôtels et les agences de location existantes; se focaliser sur la qualité du bâti existant afin de mettre sur le marché des biens répondant aux attentes de la clientèle touristique.

Les gens

Nouveau directeur ad interim pour l'Institut de Glion

Michael Huckaby (photo) a repris la direction ad interim de l'Institut de hautes études de Glion (GIHE). Il remplace Arie van der



ldd

Speck qui a quitté son poste en juin. La procédure de recrutement pour lui succéder est en cours. Citoyen américain, Michael Huckaby travaille au sein du groupe Laureate (LHEG) depuis 2005.

De l'audiovisuel aux cuisines de l'Hôtel de La Poste



ldd

Sothiry Keo a rouvert, avec son associé Antonio Caldas, l'Hôtel de La Poste à Saint-Cergue, fermé depuis 2 ans. Sothiry Keo a débuté sa carrière dans l'audiovisuel avant de bifurquer vers la cuisine. Diplômée de l'Institut Paul Bocuse, la chef propose une cuisine de terroir raffinée avec les pâtes maison comme spécialité.

Départ à la tête de Forum Fribourg et Espace Gruyère

Duri Mathieu, directeur d'Espace Gruyère et de Forum Fribourg, a annoncé sa démission pour la fin de l'année. Il s'est consacré aux



ldd

deux grands centres d'expositions du canton de Fribourg durant sept ans. Une décision sur sa succession sera prise à l'issue des pourparlers en cours avec le Conseil d'Etat sur l'avenir des deux centres. lb

Le soleil ou la nuitée offerte

L'Association hôtelière du Valais lance une action «Garantie Soleil». La nuit est offerte si le soleil brille moins de deux heures lors du séjour.

Le Valais fait de son ensoleillement généreux un atout marketing. L'Association hôtelière du Valais a lancé la semaine dernière une action de promotion intitulée «Garantie Soleil». Si le soleil brille moins de 120 minutes, les hôtels créent une nuitée au détenteur du bon. «Un moyen de prolonger l'été et d'inciter la clientèle à revenir», relève Patrick Béro, directeur de l'Association hôtelière du Valais. Sur les 460 que compte l'association, 115 établissements,

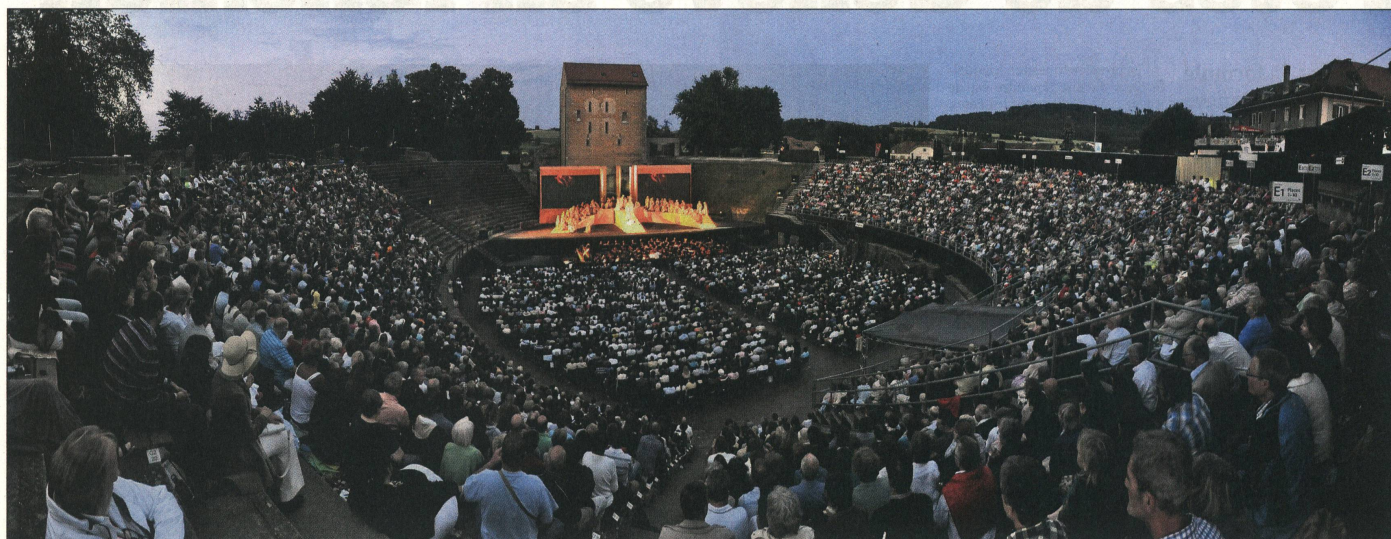


Le Valais garantit un bain de soleil. swiss-image.ch/Olivier Maire

toutes catégories et régions confondues, y participent. La station météorologique de Sion tranchera sur la durée effective d'ensoleillement.

Après le partenariat l'année dernière avec la banque Raiffeisen qui avait engendré 140 000 nuitées et pu compter sur la participation de 200 hôtels, l'association a choisi cette année la section bernoise de Coop comme partenaire. C'est dans ce secteur que les bons seront distribués jusqu'au 19 octobre.

«Nous ne nous sommes pas fixés d'objectifs précis mais nous attendons à moins de résultats qu'avec l'action Raiffeisen, qui avait bénéficié de la promotion de Valais Tourisme», indique Patrick Béro. Le directeur y voit en revanche un intérêt pour la plate-forme booking-valais.ch, par laquelle les détenteurs du bon devront transférer pour effectuer leur réservation. Un moyen de la faire connaître. lb



Une nouvelle production de «Nabucco» de Giuseppe Verdi a été présentée en juillet dans les arènes d'Avenches.

ltd Marc-André Gueix

Aventicum va vers son futur

Martial Meystre apportera sa maîtrise des nouveaux outils de communication à la tête d'Avenches Tourisme. Structure performante mise sur pied par Michel Doleires.

ALEXANDRE CALDARA

Les temps changent. La phrase semblait dans l'air lundi matin à l'heure où Avenches Tourisme présentait son nouveau directeur Martial Meystre, un professionnel chevronné du monde du tourisme. Actuellement responsable information et développement multimédia, à l'Office du Tourisme du canton de Vaud. Monic Bessard, présidente de l'OT, se montrait agréablement surprise de l'engouement suscité par le poste: «Nous avons reçu une quinzaine de dossiers de grande qualité, certains venant de loin à la ronde.» Une façon de rendre hommage à Michel Doleires, créateur de cette structure professionnelle en 1994, qui part à la retraite, après avoir défendu cette destination pendant 20 ans: «Quand je suis arrivé, c'était un simple guichet à prospectus avec des heures d'ouverture aléatoires.» A cette époque

cet enfant d'Avenches, comptable indépendant et membre du comité de l'office du tourisme, prend conscience qu'une plus-value touristique de la région est possible. Fort de son expérience dans la branche du voyage et de l'hôtellerie et restauration en Allemagne et en Angleterre, il propose une professionnalisation des structures. On lui confie les clés de la maison.

Les trois festivals provoquent des retombées de 8 millions de francs

Vingt ans après les trois événements majeurs de l'été, le festival d'opéra en juillet, le Rock Oz'Arènes en août et le Tattoo Avenches en septembre rapportent 8 millions de francs, comme le démontre une étude commandée par l'OT à Eurofin Hospitality, en 2012, ainsi que 4 millions de retombées en termes d'impact médiatique. «Nous avons un positionnement fort en termes d'événementiel, il faudra le maintenir», prévient Michel Doleires. «Une carte de visite extraordinaire», confirme Martial Meystre, natif de la Broye. Un nouveau directeur qui entrera en fonction le premier mars. Pourquoi un si long laps de temps entre l'annonce de sa nomination



«Il faudra maintenir un positionnement fort en matière d'événementiel.»

Michel Doleires
Directeur d'Avenches Tourisme

et sa concrétisation? «Contrairement à d'autres structures, le directeur d'Avenches Tourisme est aussi en charge de la gestion et de la comptabilité, nous trouvons important qu'il participe à l'élaboration des budgets et à la présentation des comptes», explique la présidente. Martial Meystre pense que cela permet d'avoir «une meilleure vision d'ensemble.» Il restera employé de l'OTV jusqu'au début de l'année. A Avenches, on sait que beaucoup d'OT externalisent ces services: «On y a réfléchi mais cela fonctionne bien ainsi et notre nouveau directeur est issu du monde bancaire. Notre structure reste petite», précise la présidente. Seuls deux postes et demi dont le directeur pour l'office et quatre personnes à l'année pour le camping de 700 places et le port.

Le métier de directeur d'OT demande de nouvelles qualités

Cette particularité de gestion reste peut-être comme une des dernières traces du métier artisanal. «Quand j'ai débuté, il fallait du cœur et des tripes pour devenir un bon directeur, aujourd'hui il en faut toujours mais avec l'émergence d'internet et des réseaux

sociaux et l'arrivée d'excellents concurrents, il faut d'autres qualités.» Ce qui ne devrait pas poser de gros problèmes à Martial Meystre. Il coordonne la gestion du site de l'OTV et du réseau des sites partenaires touristiques vaudois Partner Websites en collaboration avec Suisse Tourisme: «Il s'agit de 32 sites, dont celui d'Avenches Tourisme sur un réseau dynamique partageant une même charte graphique, présentant une image solide et unifiée.» Auprès



«Ces trois festivals sont une carte de visite extraordinaire pour la région.»

Martial Meystre
Futur dir. d'Avenches Tourisme

de Montreux-Vevy Tourisme, Martial Meystre a procédé à la mise en œuvre du centre de réservation et la création d'un call centre pour la gestion des congrès.

Au chapitre partenaires touristiques privilégiés figurent les hôteliers. Un point sensible. «Oui. Même si un projet d'hôtel de 28 chambres à l'entrée de la ville figure à l'enquête publique», note Michel Doleires. Pour le moment Avenches ne compte que deux établissements

trois étoiles, l'Hôtel de la Couronne (25 chambres) et le Lacotel (39 chambres). «Cela ne suffit pas pour proposer des forfaits comprenant une chambre, un spectacle, une visite guidée.» Il déplore aussi la fermeture du Vieux-Manoir, à Meyriez, en octobre: «Pour beaucoup de spectateurs le festival d'opéra était lié à un séjour dans cet établissement.»

Et Avenches n'est plus seul sur ce segment, quatre autres festivals d'opéras ont fait leurs preuves en Suisse alémanique. Autre frein touristique les problèmes de transports publics dans la Broye. «Ce n'est toujours pas suffisant.» Considérant ces obstacles, Michel Doleires est émerveillé de constater que Rock Oz'Arènes vient d'attirer pour sa 22^e édition 40 000 spectateurs.

«Nouveau musée nécessaire»

Deux autres pôles touristiques peuvent émerger à Avenches autour de l'archéologie et de l'équitation. Pour Michel Doleires, «le premier décollera vraiment le jour où le nouveau musée romain verra le jour. Il nous faut un outil ludique et convivial pour séduire le grand public.» Une étude va être lancée sous peu.

Sauvé en 2011, le Haras national d'Avenches, ainsi que l'Institut équestre national d'Avenches peuvent rayonner: «Ces instituti-

ons s'ouvrent aux familles. Nous avons déjà développé des offres autour des chevaux, mais on peut encore dynamiser ce secteur», estime Michel Doleires.

Le directeur d'Avenches Tourisme a connu toutes les métamorphoses de cette ville de 2000 habitants, 3600 aujourd'hui, et qui pourrait poursuivre le développement jusqu'à 4500 habitants. Depuis 1996, l'arrivée de l'autoroute a facilité le désenclavement de la ville «mais il a fallu attendre longtemps avant le

développement industriel.» Ne s'opposant pas à l'ouverture d'un centre de production en 2008, mais ne propose pas d'activités scénographiques. Même si leurs premières portes ouvertes, réservées aux habitants de la région se dérouleront le 21 septembre.

En 1994 quand Sergio Fontana évoqua un festival d'opéra, Michel Doleires s'est exclamé: «Voilà ce qu'il nous faut.» Diplômé de l'Ecole d'Art de Lausanne, Martial Meystre se tournera peut-être vers l'art contemporain. aca

ANNONCE

Jet-Cut
system de recharge Inox
swiss made

économise le travail des employés
alustar **Rechargeur Jet-Cut**
chez votre grossiste

PURITY Steam
PURITY C Quill ST

Une saveur a besoin d'une eau.
L'eau a besoin de BRITA®.

http://professional.brita.ch

„Offrez à vos clients un linge de table haut de gamme“

Leinenweberei Bern AG®
Tissage de Toiles Berne SA
www.lwb.ch

Hügli

100% digeste
100% savoureux
l'assortiment sans lactose ni gluten

A NOUVEAU

www.hueglifoodservice.ch

toutpourlacuisine

pistor

www.pistor.ch

Schweizer Hotelgruppen streben die Synergie der Grossen und die Individualität der Kleinen an. In der Theorie überzeugt der Versuch. In der Praxis gelingt er zumindest einigen.

ALEX GERTSCHEN



Vielheit in der Einheit: Die Sunstar Hotels (o. Grindelwald) illustrieren die Strategie schweizerischer Gruppen, das Portfolio nicht einem Konzept unterzuordnen.

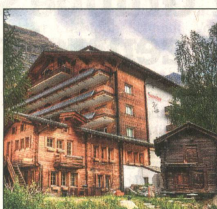
zv

Flexibilität vor Konzept

Internationale Gruppen, seien es hochintegrierte Ketten oder lose Kooperationsverbünde, gewinnen in der Schweiz und anderswo in Europa Marktanteile. Ihre Ressourcenstärke und Fähigkeit zur Synergieerzeugung verschaffen ihnen im scharfen Wettbewerb Oberwasser. Die htr hotel revue hat sich bei einigen der – nach Betriebsanzahl – grössten Gruppen in schweizerischem Besitz erkundigt, wie sie auf diese Konkurrenz reagieren. Ausgelassen hat sie Kooperationsverbünde wie Minotel (vgl. Tabelle rechts und Karte auf Seite 12).

Trennung von Immobilie und Hotelbetrieb kein Thema

Als Erstes fällt auf, dass den Gruppen die Einheit von Betrieb und Eigentum wichtig ist. Sie machen den bei den Ketten beobachtbaren Trend nicht mit, die Immobilie vom Hotel zu trennen. Dies hat mit einer zweiten Gemeinsamkeit zu tun: Keine Gruppe will im Ausland expandieren. Vielmehr bewegen sie sich innerhalb eines überschaubaren, vertrauten Gebiets. Die Expertise im Immobilienmarkt ist ihnen eine Kernkompetenz. Innerhalb dieses beschränkten Radius aber gedanken alle Gruppen zu wachsen, um weitere Synergien zu erzeugen.



Sunstar Hotel in Zermatt.

Eine Ausnahme ist die Hauenstein Gruppe, die das «Belvédère» in Spiez und das Gwatt-Zentrum in Thun erweitern, aber keine weiteren Betriebe gewinnen will. Vielmehr wird sie das Hotel Seerose in Faulensee schliessen, das laut Inhaber Peter Hauenstein defizitär ist und nicht in das angestrebte 4-Sterne-Angebot passt. Um die nötige Grösse für ein effektives Marketing zu erreichen, will er mit fünf anderen 4-Sterne-Hotels in der Region kooperieren. Eine zweite Ausnahme stellen die Fassbind Hotels dar: Im Interview auf Seite 12 sagt Mitinhaber Eric Fassbind, dass die Betriebsanzahl sicher nicht bei neun stehen bleiben werde, doch erhoffen er und sein Bruder Marc sich davon keine Synergien.



Sunstar Hotel im Piemont.

Die Konkurrenz hingegen rechnet anders. «Ohne die Synergien der Gruppe wäre unser Wachstum nicht möglich gewesen», sagt Rolf Kasper. Er kontrolliert zusammen mit drei Partnern eine Gruppe, die sich aus neun «Aargau Hotels», drei «Swiss Mountain Hotels» und dem Seehotel Hallwil – mitsamt mehreren Gastronomiebetrieben im Seetal – zusammensetzt.

In den letzten sechs Jahren ist die Gruppe von 6 auf 13 Betriebe und der Umsatz von weniger als 20 auf rund 40 Mio. Franken gestiegen. Was nach aussen als heterogenes Konglomerat wirkt, wird durch Rolf Kasper und seine Partner sowie die zentrale Verwaltung zusammengehalten. «Was vereinheitlicht ist, soll dem Gast weitgehend verborgen bleiben», sagt

Kasper, dem viel an der Individualität der Hotels liegt.

Eine ähnliche Strategie verfolgt Marcel Wohlgemuth, Geschäftsführer der Welcome Hotels. Wie die Aargau Hotels verfügt die Gruppe über einen einheitlichen Internet-Auftritt und eine zentrale Verwaltung. Diese unterstützt die Hotels im Personal- und Rechnungswesen, Qualitätsmanagement oder E-Marketing und berechnet dafür bis zu 4 Prozent des Betriebsumsatzes. Aber auch Wohlgemuth will aus den Welcome Hotels keine Kundenmarke machen. «Die damit verbundene Standardisierung im Auftritt würde uns in die Nähe der Ketten rücken, ohne dass wir die betriebswirtschaftlichen Vorteile der Ketten hätten», erklärt er.

Sorell Hotels und Sunstar Hotels setzen auf «soft branding»

Auf ein «soft branding», also die Ergänzung des individuellen Hotelnamens mit dem Gruppennamen, setzen die Sunstar Hotels und die Sorell Hotels Switzerland. Andreas Hunziker führt seit Anfang Jahr die ZFV-Unternehmungen, die die Sorell Hotels besitzen.

«Unsere Hotels sind für eine einheitliche Marke einfach zu unterscheiden.»

Beat Hess
Geschäftsführer, Sunstar Hotels

Mit der «soft brand» will er den Kunden die Individualität und zugleich den Sorell-Standard eines jeden Hotels vermitteln. Die Standardisierung ermöglichte laut Hunziker auch das beeindruckende Wachstum von 4 auf 17 Betriebe seit 2001 und bezweckt mitunter Synergien zwischen den Hotels und anderen Geschäftsfel-

dern der Genossenschaft. Die Sunstar Gruppe bewegt sich seit diesem Jahr im Spannungsfeld zwischen Einheit und Vielfalt wieder zu Letzterer hin: Sie hat laut Geschäftsführer Beat Hess die Segmentierung der «soft brands» in sieben «Sunstar Alpine Hotels», vier «Sunstar Boutique Hotels» und das «Sunstar Style Hotel» in Zermatt beschlossen, «weil unsere Häuser für eine einzige Marke einfach zu unterscheiden sind».

Fortsetzung auf Seite 12

40 bis 60 Mio. Franken Umsatz und 3 bis 4 Sterne kennzeichnen grössere Gruppen

Gruppe	Anzahl Betriebe	Kategorie (Sterne)	Umsatz (in Fr.)	Dominierender Eigentümer
Sorell Hotels ¹	17	3- u. 4	ca. 40 Mio.	ZFV-Unternehmungen
Aargau Hotels ²	13	3	ca. 40 Mio.	Rolf Kasper
Sunstar ³	12	4	44,9 Mio.	Peter Grogg
Welcome Hotels	9	3- u. 4	ca. 41 Mio.	Familie Wohlgemuth
Fassbind Hotels	9	3- u. 4	ca. 60 Mio.	Familie Fassbind
Manotel	7	3- u. 4	49,7 Mio.	Finial Capital S.A. und La Salle (je 50%)
Hauenstein ⁴	5	3- u. 4	ca. 40 Mio.	Peter Hauenstein

1) nur Aparthotel Rigiblick, Zürich, anders klassifiziert (Swiss Lodge)

2) inkl. 3 Betriebe der Linie «Swiss Mountain Hotels»

3) nur Sunstar Alpine Familienhotel, Davos, anders klassifiziert (3 Sterne); 1 Boutique-Hotel im Piemont

4) ab 2014/15 nur noch 4 Betriebe im 4-Sterne-Segment

Quelle: betr. Gruppen

ANZEIGE

aktuell – wo Meinungen gemacht werden
10 Wochen lang
für CHF 29.00

Telefon 031 740 97 93

abo@htr.ch

www.htr.ch

htr hotel revue

IMMER EINE IDEE MEHR.

Lassen Sie Ihre Fantasie spielen. Wir liefern Ihnen alles, was Sie dazu brauchen.

www.vega-ch.com

VEGA

www.jobeline.ch

Ganzheitliche Sicherheit in der Hotellerie

www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung
Telefon 031 370 43 01

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Fortsetzung von Seite 11

Auf die Frage, ob nicht die Definition eines Konzepts der Zusammenstellung des Portfolios vorausgehen müsse, antwortet Hess: «Das ist, zumindest für uns, unrealistisch!» Der Umbau eines Portfolios sei schwierig und kostspielig, auch, weil im gegenwärtigen Umfeld überbelegt eingekauft und zu günstig verkauft werden müsste. «Wir müssen daher pragmatisch mit dem Bestehenden arbeiten.»

Dieser Pragmatismus geht so

weit, dass sich Hess gut vorstellen kann, im Zuge des angestrebten Wachstums auf 15 bis 20 Betriebe auch ein Stadthotel zu kaufen. Es wäre das erste. «Dann würden wir noch eine vierte Linie einführen, zum Beispiel Sunstar City Hotels», sagt er. Die Synergien, die sich hinter den Kulissen in den Bereichen Verkauf, Einkauf, IT oder Finanzen erzielen lassen, sieht er weder durch die jüngste Markensegmentierung noch durch eine weitere Diversifizierung beeinträchtigt.

Ausnahmen gehören zur Wachstumsstrategie

In unterschiedlichen Ausmassen verfolgen alle befragten Gruppen eine solche situative Wachstumsstrategie. «Ursprünglich fokussierten wir uns auf 3-Sterne-Businesshotels im Aargau», sagt Rolf Kasper. «Aber dann wurden

uns Objekte angeboten, die zwar nicht diesen Kriterien entsprachen, aber sonst von Interesse waren. Solche Ausnahmen mussten und müssen möglich sein.» Aus solchen Umständen heraus sind neben die Aargau Hotels die Ferienhotels getreten, die unter dem Arbeitsnamen Swiss Mountain Hotels firmieren.

Andreas Hunziker von den ZFV-Unternehmungen sagt, dass drei der vier jüngst hinzugekauften Betriebe an peripheren Lagen seien und drei Sterne hätten, wo-



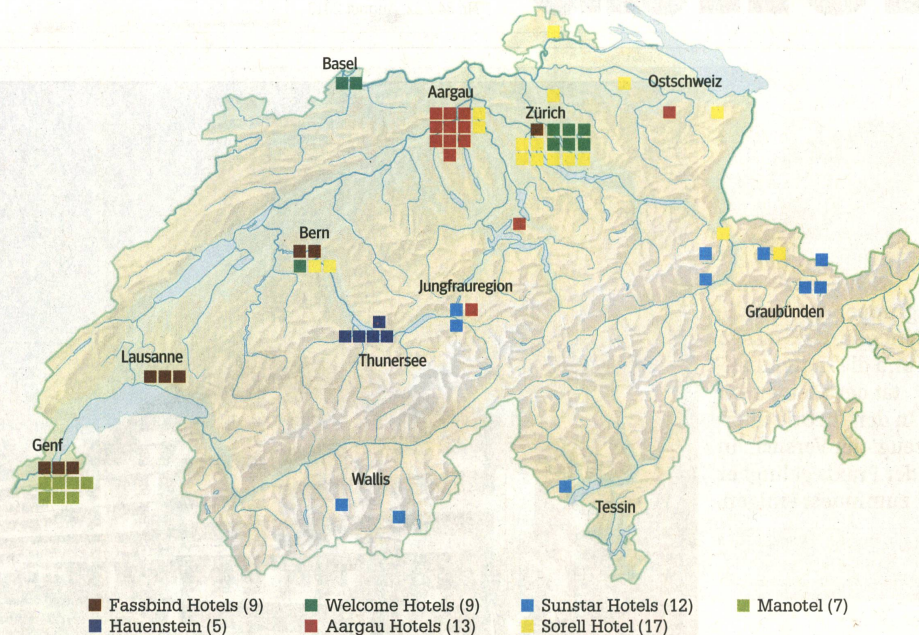
«Auch abseits der Zentren braucht es eine Hotellerie mit eher kleinen Betrieben.»

Rolf Kasper
Mehrheitseigentümer, Aargau Hotels

gegen die anderen Sorell Hotels zentral gelegen und als 3-Sterne-Superior klassifiziert seien. «Aber das Paket des Verkäufers war insgesamt attraktiv und ergänzte unser Portfolio bestens, so dass wir zuschlagen mussten», erklärt Hunziker.

Diese Flexibilität könnte den schweizerischen Gruppen im Strukturwandel gerade gegenüber den Ketten zum Vorteil gereichen. Diese wachsen entlang der Multiplizierung eines bestimmten Konzepts. Bestehende, etablierte Betriebe passen aber oftmals nicht in ein solches Korsett. Hinzu komme, sagen zum Beispiel Eric Fassbind und Rolf Kasper, dass verkaufsbereite Hoteliers ihren Betrieb eher einer Gruppe gäben, in der der Einzelbetrieb eine grössere Eigenständigkeit behalte.

Sind Eigentumsgruppen mit 10 bis 20 Betrieben, die einerseits



Synergien erzeugen und andererseits ihren Hotels eine relativ grosse Individualität belassen, also eine valable Antwort auf den verschärften Wettbewerb?

Die Vorwärtsstrategie der Befragten zeugt vom Glauben daran. Ihre vagen Angaben zum Geschäftsgang lassen hingegen keinen klaren Schluss zu. An die Fassbind Gruppe, die ihr Wachstum aus dem Cashflow finanziert,

scheint niemand heranreichen zu können. Bei den Welcome Hotels und den Sorell Hotels zeigt man sich immerhin zufrieden.

Abseits der grossen Städte haben auch Gruppen zu kämpfen

Schwieriger scheint die Situation der Sunstar Hotels zu sein, die laut Geschäftsführer Beat Hess nach der schwarzen Null im Geschäftsjahr 2011/2012 einen leichten

Verlust erzielt haben. Die Aargau Hotels verzeichnen insgesamt schwarze Zahlen, doch sagt Rolf Kasper: «Zwischen der Geschäftshotellerie der Grossstädte und jener auf dem Land sowie in den kleinen Städten, wo wir tätig sind, gibt es grosse Unterschiede.» Er wünscht sich sowohl in der Politik als auch in der Bevölkerung und bei den Banken ein stärkeres Bewusstsein dafür, dass es «auch ab-

seits der urbanen Zentren eine starke Hotellerie mit tendenziell kleinen Betrieben braucht».

Weil die Aargau Hotels und die Sunstar Hotels ausserhalb des ohnehin florierenden städtischen Geschäftstourismus tätig sind, dürfte ihre Entwicklung für die Frage besonders aufschlussreich sein, ob Hotels den Weg in die Zukunft vermehrt in Gruppen beschreiten sollten.

ANZEIGE

MEINE CHANCE **WIR Bank**

SPAREN MIT DER WIR BANK

Anlagekonto mit Bonussystem: bis 1,6% Zins

www.wirbank.ch
Telefon 0848 947 947

«In unserer Gruppe sind keine Funktionen zentralisiert»

Die Fassbind Gruppe finanziert ihr Wachstum nur mit Eigenmitteln. Diese beneidenswerte Finanzkraft erklärt Eric Fassbind, der die Hotels mit seinem Bruder Marc führt, nicht zuletzt mit der dezentralen Organisation.

ALEX GERTSCHEN

Eric Fassbind, der verschärfte Wettbewerb erhöht den Effizienzdruck. Können grosse internationale Ketten mit diesem am besten umgehen? Nicht unbedingt. Unserer Gruppe geht es sehr gut. Wir haben jüngst das «Agora Swiss Night» in Lausanne umgebaut und das «Nations» in Genf gekauft. Wie bei jeder grösseren Investition stammten die Mittel dafür ausschliesslich aus dem Cashflow der Gruppe.

Sie verspüren also keinen Zwang zur Grösse?

Nein. Ich glaube nicht, dass Kettenhotels zwingend tiefere Kosten haben als Individualhotels. Man denke nur an die Gebühren für das Marketing und andere zentrale Dienste oder an all die Management Reports, die die Zentrale von den Betrieben verlangt!

Immerhin dürfte der gute Geschäftsgang Ihrer Hotels auch auf Synergieeffekte der Gruppe zurückzuführen sein. Das ist er nicht. Ich bin überzeugt, dass sich für uns eine zentrale Verwaltung nicht lohnt. Bei uns macht jedes Hotel alles selber: die Reservationen, die Buchhaltung, das Personalwesen, etc. Zentralisierung ist

ein grosser Kostenfaktor und drückt auf die Rentabilität. Damit will ich nicht sagen, dass andere Konzepte falsch sind! Aber für uns kommt zum Beispiel ein Treueprogramm nicht infrage.

Haben Sie nie eine Integration der Hotels erwogen, die über die einheitlichen Besitzverhältnisse hinausgeht? Immerhin tritt die Gruppe mit einer gemeinsamen Website auf. Zudem haben ich und mein Bruder Marc erst kürzlich über die Frage diskutiert, ob wir Fassbind als «soft brand» fördern wollen, indem wir den Namen in die Hotelnamen integrieren. Aber wahrscheinlich lassen wir es bleiben.

Warum? Uns ist sehr wichtig, dass ein Hotel in seinen jeweiligen Mikrokosmos integriert ist. Wir haben Quartierhotels, und im Quartier wissen die Leute, dass die Familie Fassbind hinter

einem Betrieb steht. Wir sehen uns als «artisans hôteliers», die einem Haus seine Individualität belassen. Die Kunden schätzen dies – und auch die Verkäufer. Oftmals kommen sie auch nach dem Verkauf ihres Hotels auf einen Kaffee vorbei.

Haben Sie im Zuge der Krise mehr Kaufangebote erhalten? Wir erhalten viele, aber ohne steigende Tendenz. Ich sehe

keinen Trend. Jeder verkaufswillige Hotelier hat seine eigene Geschichte.

Wieso kaufen Sie Hotels hinzu, wenn Sie sich keine Synergieeffekte erhoffen?

Es macht mir Spass! Wir sind seit Generationen eine leidenschaftliche Hoteliersfamilie.

Sie verfolgen keine bestimmte Strategie? Zumindest haben wir keine grosse Strategie. Wir suchen nur 3- und 4-Sterne-Hotels in schweizerischen Grossstädten.

Dabei ist die Lage ganz wichtig: Ich bin immer mit dem Zug unterwegs, weshalb es in Bahnhofsnähe sein muss. Zudem muss ich von unserem Wohnort in Villetle innerhalb eines Tages hin- und zurückfahren können.

Abends muss ich wieder zu Hause sein! Ich kenne zu viele Kollegen, die wegen der Arbeit Familienprobleme haben.



Eric Fassbind

In einigen alpinen Ferienorten stehen hinter Hotelgruppen andere touristische Akteure. Die Gruppen haben sich bewährt. Weiteres Wachstum streben aber nicht alle an.

MELANIE ROTH

Wer sich in Davos Klosters auf die Pisten transportieren lässt, im Bergrestaurant isst, sich in der Talstation ins Après-Ski begibt und schliesslich in einem Hotelbett selig einschläft, kurbelt mit einiger Wahrscheinlichkeit den Umsatz eines einzigen Unternehmens an: der Davos Klosters Bergbahnen AG. Ihre 20 Hotels und Gasthäuser stellen knapp über 10 Prozent der Betten in Davos und treten seit 2003 auf dem Markt als «Mountain Hotels» auf.

Der Grundstein war 1989 auf dem Jakobshorn mit Übernachtungsangeboten für Schulen und Vereine gelegt worden, mit der Zeit kamen erste Hotels hinzu. «Das Ziel war, die Abhängigkeit von den Bergbahnen zu reduzieren», erklärt Mediensprecher Frédéric Pignat. Wachstumstreibend sei das Ziel gewesen, den Bettenschwund in der Destination zu verhindern.

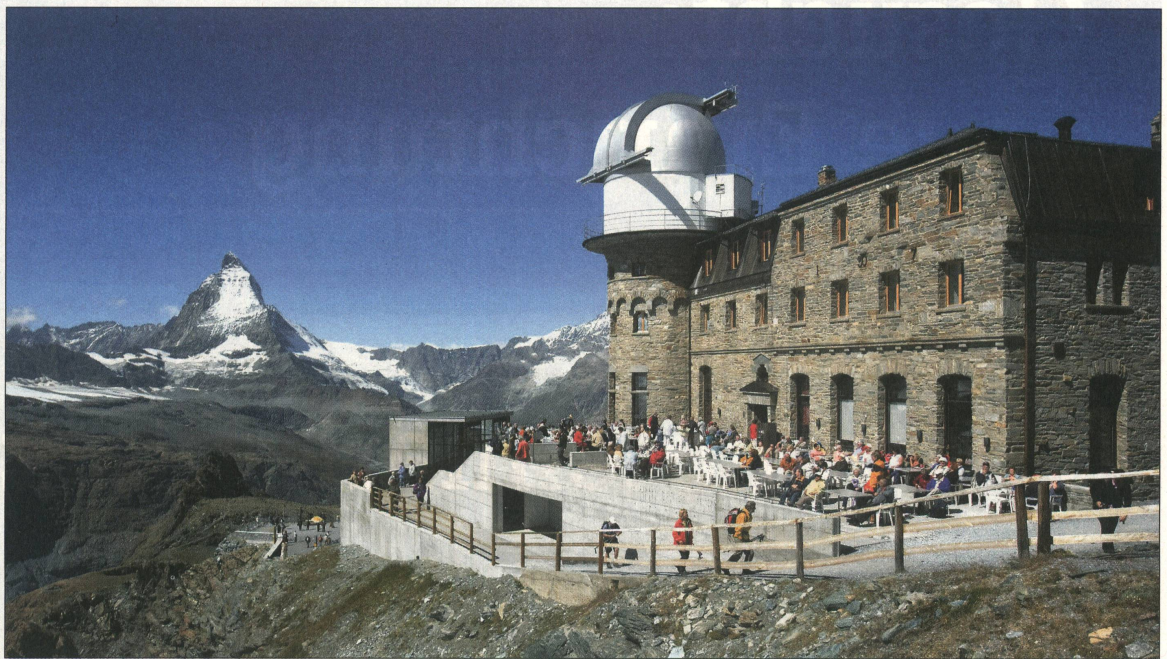
Bezüglich der Dimensionen stellen die Mountain Hotels eine Ausnahme dar. Doch auch in anderen Feriendestinationen finden sich Gruppen, hinter denen eine Bergbahn oder ein anderer touristischer Akteur steckt. Sie haben sich bewährt und fürchten sich deshalb nicht vor der zunehmenden Präsenz internationaler Ketten in den Alpen.

Stark variierende Integration der Hotelgruppen

Die Titlis Bergbahnen besitzen das Berghotel Trübsee und das «Terrace» in Engelberg. Letzteres, 1905 eröffnet, stand lange Zeit leer. «Wir sprangen erst als Betreiber ein und kauften das Hotel 2005 schliesslich», erklärt Marketingleiter Peter Reinle.

Die Beweggründe sind mit jenen der Davos Klosters Bergbahnen vergleichbar: «Wenn das grösste Hotel im Ort leer steht, gehen potenzielle Gäste für die Bergbahn verloren», so Reinle.

Andere Motive werden bei der Weisse Arena Gruppe in Flims Laax genannt, die fünf Hotels mit



Die Unterkunft als Teil des Geschäftsportefeuilles: In alpinen Destinationen wie Zermatt haben Bergbahnen und andere touristische Akteure Hotelgruppen geschaffen. zvg

Gruppen mit Höhenluft

über 1500 Betten bewirtschaftet. «Unser Portfolio ist aus dem Bedarf gewachsen: Wir verfolgen ein Geschäftsmodell, das alle Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Wintererlebnis anbietet», erklärt Christoph Schmidt, Verantwortlicher Resort und Service bei der Gruppe.

In Zermatt treten mit der Burgemeinde als Eigentümerin seit 1996 fünf Hotels unter dem Dach der «Matterhorn Group» auf. «Wir haben Koordinationsmöglichkeiten gesehen und konnten uns so im Auftritt gegen aussen weiterentwickeln», erklärt Fernando Clemenz, der die Bergbetriebe der Hotelgruppe führt.

An der Grimsel steckt mit der Kraftwerke Oberhasli AG (KWO) ein spezieller Eigentümer hinter den drei «Grimselhotels» (Grimsel Hospiz, Hotel Handeck und Berg-Haus Oberaar). «Als wir den Grimsel-Stausee bauten und das alte Hospiz überfluten mussten, ver-

pflichteten wir uns, das Hospiz neu zu bauen und weiterzuführen», erklärt Corinne Zumbrunn, Marketingverantwortliche der KWO.

Die Integration der Gruppen variiert recht stark. Die «Grimselhotels» haben einen gemeinsamen Auftritt und werden im Rahmen des touristischen Angebots «Grimselwelt» vermarktet. Im Winter laufen alle Buchungen über eine zentrale Stelle. Im Sommer betreibt jedes Haus eine eigene Réception. Das Personal wird zum Teil in verschiedenen Hotels eingesetzt.

Bei der Matterhorn Group hat jeder Betrieb eine eigene Positi-



«Wir wollten die Abhängigkeit von den Bergbahnen reduzieren und Betten bewahren.»

Frédéric Pignat
Bergbahnen Davos-Klosters

nierung, einen eigentlichen gemeinsamen Marktauftritt gibt es nicht. Synergien werden aber unter anderem in den Supporteinheiten F&B, Personal und Logistik genutzt.

Die Mountain Hotels in Davos haben praktisch alle Funktionen, die zentralisiert werden können, der Gruppe übergeben. Auch die Weisse Arena Gruppe ist stark

integriert – allerdings hinter den Kulissen. Gegenüber den Gästen treten die Hotels individuell auf.

Auch wenn die Hotellerie in keiner dieser Gruppen zum Hauptgeschäft gehört, dürfte der Geschäftsbereich weiter wachsen.

«Neue Betriebe zu kaufen, hat nicht oberste Priorität; wenn sich aber eine Gelegenheit ergibt, das Gesamtpaket stimmt und die Nähe zu den Bergbahnen gegeben ist, ist ein Kauf nicht ausgeschlossen», sagt Frédéric Pignat von der Davos Klosters Bergbahnen AG. Allerdings werde zurzeit eher der Ausbau der bestehenden Häuser geprüft.

Auch bei der Matterhorn Group strebt man inneres Wachstum an, zum Beispiel durch bauliche Ergänzungen am «Zermatterhof». «Wenn sich die Möglichkeit zum Kauf ergibt, zieht man auch das ernsthaft in Betracht. Wir haben noch Kapazitäten, die Synergien könnten weiter ausgebaut werden», so Fernando Clemenz.

Christoph Schmidt von der Weisse Arena Gruppe sagt, Wachsen sei «immer ein Thema». Die Gruppe biete sich «aktiv an, wenn wir innerhalb der Destination Möglichkeiten sehen».

Etwas zurückhaltender gibt man sich am Grimsel und Titlis: «Die Hotels ergänzen sich gut. Unser Hauptaugenmerk gilt dem Strommarkt», sagt Corinne Zumbrunn von der KWO. Peter Reinle von den Titlis Bergbahnen sagt: «Wir haben mit zwei Häusern eine Grösse, die Sinn macht. Wachsen ist im Moment nicht angedacht.»

Internationale Ketten als Herausforderung und Chance

Unter den Gruppen ist keine, die sich vor einer Expansion der grossen Ketten in den Bergen fürchtet. «Ketten bedeuten eine Herausforderung, aber auch die Erschliessung neuer Märkte, zu denen wir keinen Zugang haben», sagt Fernando Clemenz von der Matterhorn Group. Christoph Schmidt von der Weissen Arena Gruppe sieht es ähnlich: «Die internationalen Marken könnten Wachstum generieren. Die Frage ist aber immer, wie nachhaltig.»

Die berühmten Marken wachsen anderswo

Während mehrere Schweizerische Gruppen im Heimmarkt wachsen, setzen die beiden einzigen «hard brands» auf das Ausland: Mövenpick und Swissôtel finden in ihrem Herkunftsland nicht die gewünschten Objekte.

GREGOR WASER

Eigentlich sind Mövenpick und Swissôtel ja keine schweizerischen Hotelketten mehr. Mövenpick ist seit 2007 im Besitz der deutschen Familie von Finck, Swissôtel gehört mit den Schwesterhotels Raffles und Fairmont seit 2005 der nord-amerikanischen Colony Capital sowie der saudischen Kingdom Group. Gleichwohl streichen die beiden Gruppierungen ihren schweizerischen Ursprung heraus,

spielt dieser in der Vermarktung eine bedeutende Rolle. Ein Gast muss deshalb weder im Swissôtel in Istanbul auf Rösti noch im Mövenpick in Dubai auf ein Bircher-müesli verzichten.

Eine Frage der Gelegenheit, nicht des Prinzips

«Unser Ursprung und die Swissness sind für uns sehr wichtig», sagt Marion Schumacher, Mediensprecherin von Mövenpick Hotels & Resorts, «gerade in Ländern wie China oder Indien ist unsere Herkunft eine Türöffnerin.» Gleichzeitig unterstreicht sie, dass bei der Ambiance und der Restauration auch der lokale Stil sehr wichtig sei.

Ähnlich äussert sich Eva-Maria Panzer, Sprecherin von Swissôtel: «Die Swissness ist extrem wichtig, die hochstehende Qualität ein Exportschlag. Wir verzichten auf alpinen Chic und Kühe, aber kleine Hinweise, wie die Uniform der

Doormen oder Kräuter von Schweizer Bauern, finden die Gäste bei uns stets.»

Und wie wichtig ist der Schweizer Markt? Ist hierzulande gar eine Expansion angesagt? Die vier Swissôtels in Zürich, Basel und Genf erhalten in nächster Zeit kei-

nen Zuwachs. «Wir interessieren uns schon für Objekte in der Schweiz und halten Ausschau, insbesondere für ein Resort in den Bergen», sagt Eva-Maria Panzer, «doch es müssten schon sehr viele Aspekte passen.» Zu den insgesamt 31 Swissôtels werden dafür

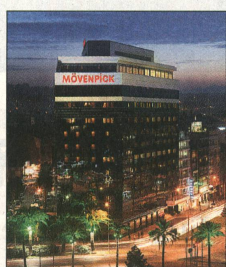
im Ausland weitere 15 Häuser hinzukommen, zunächst zwei in Sotchi auf die Olympischen Spiele hin und vier weitere in China.

Auch die fünf Mövenpick Hotels in der Schweiz – in Regensdorf, Glattpark, Genf, Lausanne und Egerkingen – bleiben vorerst ohne Zuwachs. «Wir würden gerne in der Schweiz wachsen, doch es müsste das richtige Projekt sein», sagt Marion Schumacher.

Seit Montag und der Eröffnung des jüngsten Mövenpick Resorts im chinesischen Enshi beläuft sich die Anzahl Hotels auf weltweit 79. Bis Ende 2015 soll die 100er-Marke erreicht sein.

Helvetische Diskretion in der Kommunikation von Zahlen

Auch bei der Frage nach Umsatzahlen in der Schweiz geben sich die beiden Gruppierungen ganz schweizerisch, eben leicht zugeknöpft. Weil man nicht an der Börse sei, gebe man keine Zahlen



In die «Swissness» wird investiert, allerdings vorwiegend im Ausland: Mövenpick in Izmir, Swissôtel in Chicago. zvg

heraus, heisst es bei Swissôtel. Mövenpick nennt für die Schweiz und das vergangene Jahr zumindest einen Auslastungsfaktor von 69 Prozent.

ANZEIGE

EuroTime immer einen Schritt voraus

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zeiterfassung

www.swit-ag.ch

SWIT

**Gesucht:
neue Einrichtung**

**Gefunden:
www.hotelmarktplatz.ch**



**hotel
marktplatz.ch**

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

Umfrage

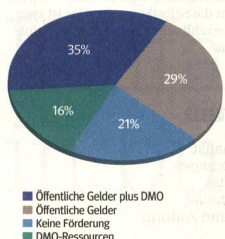
User meinen auf htr.ch: Trainingslager erwünscht

Trainingslager von ausländischen Fussballmannschaften sollten in der Schweiz stärker gefördert werden. Dieser Meinung sind vier von fünf Personen, die an der htr-online-Umfrage teilgenommen haben. Nur gerade 20 Prozent finden, es brauche keine Förderung. «Sportanlässe ziehen überall und locken Leute an. Das ist tolle Propaganda für unser Land», kommentiert René Betschart die Umfrage.

Anderer Meinung ist Anita Behlinger aus Deutschland: «Die Schweiz hat andere Werte, mit denen sie trumpfen kann und den Tourismus ankurbelt.»

Unterschiedlich sind die Meinungen zur Frage, wer für die Förderung von Fussballcamps aufkommen soll (siehe Grafik). Fast zwei Drittel sind der Meinung, man solle dafür öffentliche Gelder vorsehen, zumindest in Kombination mit DMO-Ressourcen. ste

Förderung von Trainingslagern in der Schweiz



Heime unter Spardruck

Sparmassnahmen beim Kanton Bern verlangsamen das Wachstum auf dem Heimmarkt. Betroffen ist auch das Personal.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Alters- und Pflegeheime im Kanton Bern sind von einer neuen Sparrunde seitens der öffentlichen Hand betroffen. Die Pauschale zur Deckung der Infrastrukturkosten von heute 32.75 Franken pro Tag und Bewohner soll um ein Drittel gekürzt werden, die Beiträge des Kantons an die Pflege um 1,8 Prozent. Beides könnte bereits ab kommenden Jahr gelten. Noch muss der Grosse Rat über das Geschäft beraten, im November soll ein Entscheid vorliegen. Besonders empfindlich sind die Institutionen die Kürzung bei der Infrastruktur treffen, meint Peter Keller, Geschäftsführer des Verbandes Berner Pflege- und Betreuungszentren VBB. Dabei sind die Berner Institutionen bereits heute gegenüber jenen in

anderen Kantonen benachteiligt: In den Kantonen Aargau, Basel-Stadt, Solothurn soll der Richtwert pro Bett fast 40 Prozent höher liegen. Eine nationale Übersicht über die Förderbeiträge der Kantone existiert nicht.

Sowohl Neubauten als auch Sanierungsprojekte seien dadurch gefährdet. Keller spricht dabei von einem grossen Anteil der insgesamt 315 Alters- und Pflegeheime, die Sanierungsbedarf hätten. Im Extremfall könne es sogar zu Schliessungen bestehender Institutionen kommen. Auf der anderen Seite würden neue Investoren von den kantonalen Sparmassnahmen abgeschreckt. Es ist also zu erwarten, dass das aufgrund der demografischen Entwicklung erforderliche Wachstum beim Bettenangebot nur noch verlang-

samt weiter geht.

«Man schaut, wo man kürzen kann. Das könnte auch beim Hotelleriepersonal sein.»

Peter Keller
Leiter Geschäftsstelle VBB

dem Personal (zwei Drittel der Kosten eines Heimes). Und das nicht nur beim Pflegepersonal. Keller: «Der Stellenplan wird generell betroffen sein. Man schaut, wo man am ehesten Stellen kürzen kann, das könnte durchaus auch beim Hotelleriepersonal der Fall sein.»



Die Kürzungen bei den Infrastrukturkosten können sich auf den Personalbestand auswirken. zvg

Bereits seit Anfang Jahr unter Spardruck geraten ist das Wohnen mit Dienstleistung. Erhaltenen Ergänzungsleistungsempfänger bis anhin bis zu 115 Franken pro Tag, so sind es aktuell gemäss VBB nur noch rund 90 Franken. Hauptproblem sei jedoch die zu tief angesetzte Miete, betont Keller. «Das führt dazu, dass Wohnen mit Dienstleistung nur noch jenen offen steht, welche nicht auf Ergänzungsleistungen angewiesen sind.» Auch bei dieser Wohnform ist deshalb mit einer Abschwächung des Wachstums

zu rechnen, erste Projekte wurden gemäss Keller bereits aufs Eis gelegt.

Von beiden Sparrunden betroffen ist das Alterswohnheim Rosengarten in Interlaken. Ende Juli wurde ein Neubau mit 20 Wohnungen mit Dienstleistungen eingeweiht. Da der Kanton bis anhin diese Wohnform grosszügig unterstützte, habe man bei der Ausstattung nicht gespart, erklärt Heimleiter Werner Walti. Personen mit Ergänzungsleistungen (EL) könnten sich die Wohnungen nun nicht mehr leisten.

Pro Senectute als Trägerverein vergünstigt die Miete einiger Wohnungen so, dass EL-Bezügler sie mieten können. Die Nachfrage wäre aber sicher grösser. Im Heim selbst ist rund jeder Zweite EL-Bezügler. Für Walti ist gerade das Wohnen mit Dienstleistung eine «Prophylaxe, die nicht zu unterschätzen ist». Der regelmässige soziale Kontakt und die konstante Essensversorgung bewirken oft eine verminderte Pflegebedürftigkeit, was dann andererseits wieder Kosten spare – auch der öffentlichen Hand.

MARKTNOTIZEN

Mit TELE wissen Ihre Gäste immer, was sich zu sehen lohnt



TELE mit Sonderkonditionen für Hotelliers.

In der multimedialen Welt ist es schon lange Standard, Hotelzimmer mit Fernsehern auszustatten. Da ist es nur normal, dass sich Hotelgäste über das aktuelle TV-Programm informieren möchten. Mit TELE, der grössten Schweizer TV-Zeitschrift, können Hotels ihren Gästen Woche für Woche das aktuellste und übersichtlichste TV-Programm mit über 93 Sendern, inklusive 34 Digitalsendern, anbieten. TELE macht den Gästen das gezielte Fernsehen ganz einfach und Zappen unnötig. Der übersichtliche Programmteil bietet kompetente Tipps der Film-Redaktion sowie ausgesuchte Wochenhöhepunkte mit Bewertung. Im umfassenden Magazinteil lesen die Gäste spannende Artikel rund um Film, Fernsehen, Stars, Reisen und Gesellschaft. Hotelliers können TELE zu Spezialkonditionen beziehen. Detaillierte Informationen sind unverzüglich per Mail (marketing.pn@axelspringer.ch) oder telefonisch unter 043 444 59 88 erhältlich.

www.tele.ch

Vorteile von Naturholz in Hotelzimmern

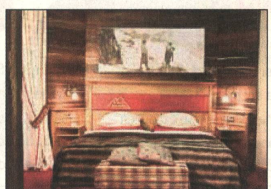
Neben seiner Ästhetik, seiner Natürlichkeit und seiner Langlebigkeit bietet der Einsatz von Naturholz viele weitere Vorteile im Hotelzimmer-Bereich. Durch das

Umdenken bei vielen Gästen und bei dem Anspruch an ein gesundes Urlaubsumfeld spielt die Gestaltung des Hotelzimmers immer mehr eine tragende Rolle.

- Holz ist ein natürlicher und nachwachsender Rohstoff.
- Massivholz leistet aktiven Umweltschutz. Es speichert auf seine gesamte Nutzungsdauer CO₂.
- Naturholz ist in unseren Wäldern in ausreichender Menge vorhanden und wächst nach.
- Massivholzmöbel sind frei von Schadstoffen.
- Dank den verschiedenen Wachstumsmerkmalen ist jedes Möbel und jeder Innenausbau ein Unikat.
- Massivholz vermittelt eine sehr hohe Qualität und langjährige Wertigkeit.
- Den Halt der Beschläge und der mechanischen Verbindungselemente in Massivholz können wir über Jahrzehnte garantieren.
- Mehrmaliges Auf- und Abbauen von Massivholzmöbeln ist ohne Qualitäts- und Wertverlust möglich.
- Massivholz benötigt keine Kunststoffkanten, die sich bei Feuchtigkeit, Hitze oder Krafteinwirkung ablösen können. Massivholz quillt bei Feuchtigkeitseinwirkung nicht auf und behält seine Festigkeit.
- Massivholzmöbel sind CO₂-neutral, für die Produktion wird nur wenig Energie benötigt. Sie werden aus natürlichen Rohstoffen hergestellt und sind daher nach Gebrauch einfach zu entsorgen.

Für den preisbewussten Hotellier bietet BAUR WohnFaszination seit 2012 auch Möbel aus Melamin an.

www.baur-bwf.de



Naturholzzimmer von BAUR WohnFaszination.



Ein Event der Celebrationpoint AG.

Innovationen der Branche gesucht!

Eine Innovation entsteht nicht einfach so aus dem Nichts heraus. Voraussetzung ist ein Impuls, der zu einer inspirierenden Idee führt. Genau ein solcher Impuls wartet an der Branchenveranstaltung «Innovation for Motivation», an welcher Unternehmer die Möglichkeit haben, ihre Innovationen live zu präsentieren.

Gesucht werden die sechs innovativsten Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsideen der Hotel-, Tourismus- und Eventbranche, welche höchstens ein Jahr auf dem Markt sind. Unternehmer können bis am Freitag, 16. August 2013, kostenlos ihre Bewerbung einreichen.

Das innovativste Konzept wird am Abend des 1. Oktobers 2013 in Zürich vom Publikum gewählt und ausgezeichnet. Für die Unternehmer lohnt es sich mitzumachen: Der Gewinner erhält Unterstützungsleistungen von Saviva im Wert von CHF 3000.–.

Zudem steigern Unternehmer mit Ihrer Präsenz am «Innovation for Motivation» ihren Bekanntheitsgrad in der Branche, erlangen eine hohe Medienpräsenz und können neue Impulse, Kontakte und Innovationen für ihr

Business generieren. Erwartet wird ein exklusives Publikum mit rund 150 Personen aus Tourismus, Hotellerie, Gastronomie und Event. Veranstalter sind die Celebrationpoint AG & das GDI Gottlieb Duttweiler Institut.

www.innovation4motivation.ch

Concerto del vino italiano

... und wie Ihre Weinkarte zum Leuchtturm wird.

Nicht umsonst gehört die Weinkarte zu den wichtigsten Marketinginstrumenten eines guten Gastronomen. Deutlicher als jeder Prospekt erzählt sie dem Gast, ob in diesem Lokal ein Kenner mit Sorgfalt, Kenntnis und Liebe ein Angebot prägt, das für die Werte des Hauses steht und für den Gast zum Erlebnis wird.

Am Concerto del vino italiano finden Sie die Weine, durch die die Einzigartigkeit Ihres Lokals und die Köstlichkeiten Ihrer Küche zum Tragen kommen. Sie lernen die Persön-

lichkeiten kennen, die heute die Weintwelt Italiens prägen, und wenn Sie Lust haben, besuchen Sie den Workshop, in dem anhand unterschiedlichster Beispiele diskutiert wird, wie eine Weinkarte zum wirksamen Marketinginstrument werden kann. Kommen Sie vorbei am 1. und 2. September im «Dolder Grand», Zürich

Infos unter:
www.caratello.ch/concerto



Impression vom Concerto del vino italiano.

Mobil cool ausschenken!

Offenausschank-Fruchtgerät für alle Standorte ohne Wasseranschluss

Ob im Frühstücksraum oder im Konferenzsaal – das mobile Fruchtgetränk-Ausschankgerät funktioniert umweltfreundlich und effizient.

Es beinhaltet einen 5.4 Liter Wassertank und folgende Fruchtgetränk-Konzentrate in 3kg-Boxen: Orange, Cranberry, Multivitamin ACE und Ananas sowie gekühltes Stillwasser. El. Anschluss: 220V/10A.

Auffüllen – hinfahren – cool ausschenken!

Grapos Schweiz AG plant, baut, installiert und unterhält Getränke-Ausschankanlagen in der ganzen Schweiz.

info@grapos.ch
www.grapos.ch



Das mobile Fruchtgetränk-Ausschankgerät von Grapos Schweiz AG.

Tourismus**Renoviertes
Museum in den
Beatushöhlen**

Nach neun Monaten Umbau mit einem budgetierten Betrag von 900 000 Franken wurde es feierlich eröffnet: das neue Höhlenmuseum der Genossenschaft St. Beatus-Höhlen am Thunersee. Neu bietet sich den Besuchern ein modernes, informatives Angebot rund um die Geschichte sowie Grösse und Tiefe der Höhlen, der Höhlenforschung im Allgemeinen, der Gesteinsarten, der Tiere und Pflanzen. Die Inhalte werden anhand von Audio-Führungen vermittelt.

www.beatushoehlen.ch

**Vergünstigt aufs
Schilthorn mit
Jungfraubahnen**

ZVG

Nach bis 20. Oktober 2013 können Inhaber des Jungfraubahnen-Passes und VIP-Passes vergünstigt die Bahnstrecken der **Schilthornbahn** befahren und diese Bergwelt entdecken: Sie erhalten einen Rabatt von 25 Prozent auf drei Fahrten auf den Strecken Stechelberg-Mürren-Birg-Schilthorn sowie Mürren-Allmendhubel.

www.schilthorn.ch

Kolumne**Etikettenschwindel****Bruni's**

Christoph Bruni
Käseaffineur von Berufs wegen und aus Berufung. Der Thuner beliefert die Spitzengastronomie mit seinem streng selektionierten Käse und bietet ihn dienstags und samstags auf dem Berner Markt feil. Seine Kolumne erscheint alle zwei Monate.

Alles Mögliche wird mit einem Label ausgezeichnet. Man will seinem Produkt ein Erkennungsbild geben und es vor Kopien schützen, ein geografisches Gebiet für seine Besonderheiten kennzeichnen oder ein bestimmtes Handeln hervorheben. Das ist uralte. Vor allem Labels für den Schutz von Produkten, die unter bestimmten Bedingungen produziert werden, haben in den letzten 20 Jahren extrem zugenommen. Weil im stetig wachsenden Markt und in der immer grösseren Werbeflut so viel «betrogen» wird, sind vermehrt Labels entstanden, die die Echtheit eines Produkts garantieren sollen.

Leider sind viele Labels auch von der Marketingindustrie untergraben worden. «Swiss Alp», «Alpikoner» und wie sie alle heissen sind ja an sich auch Labels. Aber sie haben nichts mit Milch aus den Alpen zu tun. Ausser man sieht es so, dass die Schweiz in den Alpen zu Hause ist. Eine Alp, von wo Alpmilch herkommt, ist ein Gebiet in den Bergen, das nur in den Sommermonaten bewirtschaftet werden kann. In einigen Gegenden hat man gar nie «Alp» gesagt, sondern «Berg». Der Käse wurde und wird heute immer noch Bergkäse genannt, obwohl es eigentlich Alpkäse ist. Die Bezeichnung Bergkäse darf gebraucht werden, wenn dieser in der Bergzone produziert wird. Diese Zone wird vom Bund festgelegt und entsteht aus den Faktoren: Klima, Infrastruktur der Verkehrswege und Oberflächengestaltung. Ausser im Flachland zwischen Genfersee und Bodensee darf überall Bergkäse hergestellt werden. Auch in Gegenden, die nur Holländer als Berge bezeichnen würden.

Die Milch für diese Käse kommt zunehmend aus Betrieben mit Hochleistungs-Rassen, die in den wirklichen Bergen Mühe haben oder gar nicht leben können. Auf den echten Alpen muss teilweise sogar Kraftfutter verfüttert werden, weil die Monsterrühe trotz reichlich Kräutern, Blumen und Gräsern nicht genügend Nährstoffe finden. Eigentlich dürfte man das gar nicht, wenn Bundesgelder fliessen, doch wer kontrolliert das schon.

Sehr viele Konsumenten glauben, dass Bergkäse gesünder und wertvoller ist – das wird in der Werbung auch so kommuniziert. Aber nicht alle Bergkäse kommen aus einer Produktion, wie wir uns das vorstellen oder es uns die Werbung vorgaukelt. Käseereien sind Fabriken, in

denen mehrere Millionen Liter Milch verarbeitet werden. Die Käselaibe werden in riesigen hochmodernen Reifelagern vollautomatisch gepflegt. Nur im Werbefilm schmiert noch ein bärtiger Bauer mit Pfeife im Mund den Käse von Hand. Alp-Betriebe, die nur saisonal produzieren, gibt es immer weniger. Dafür hat es immer mehr grosse Alpen, die wie im Tal fast vollautomatisch produzieren. Man will ja Kosten sparen, damit der Käse auch preiswert ist, weil viele Konsumenten nicht bereit sind, den Preis zu zahlen, den es für die handwerkliche Herstellung braucht.

Ohne Subventionen geht sowieso gar nichts. Via Steuern bezahlen wir dann den effektiven Preis. Auch mit Steuergeldern wurden kürzlich typische, emotionslose Bundes-Labels kreiert, die den Unterschied zwischen saisonaler Alp-Produktion und ganzjähriger Berg-Produktion unterscheiden sollen. Leider viel zu spät. Die marktbeherrschenden Firmen haben die Bezeichnung «Alp» und «Berg» längst verhandelt.

Glücklicherweise gibt es immer noch Kleinstbetriebe und Hofproduktionen, die im Herbst, Winter und Frühling Bergkäse und im Sommer Alpkäse herstellen. Zum Teil mit Label, weil so eines für Alpkäse bereits existiert, zum Teil auch ohne Label. Da wird die Echtheit noch kommuniziert, und das benötigt halt seine Zeit.

Papier und Film nehmen alles an. Wenn man aber dem Konsumenten in die Augen schauen muss, respektive darf, wird es schon etwas schwieriger. Am besten ist und bleibt die Selbstkontrolle. Das ist zwar zeitintensiv, dafür wird man mit unbezahlbaren und wertvollen Informationen und Begegnungen belohnt.

Unsere Kolumnisten

Christoph Ammann, Reisejournalist
Christoph Bruni, Affineur de fromages
Thomas Harder, Markenspezialist
Christoph Kokemoor, Chéfsommelier
Sarah Quigley, Schriftstellerin und Autorin

ANZEIGE



Swiss Hotel Association



Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/partner



Ihr globaler Zugang zu kaufkräftigen Kunden



Die massgeschneiderte Versicherung für die Hotellerie



Ihr Spezialist für einen effizienten Energieeinsatz



Ihr Partner im bargeldlosen Zahlungsverkehr



Der Partner rund ums Bett



Wir machen Hotels erfolgreicher. Und dies beweisen wir tagtäglich



Innovative Wäsche aus traditionellem Haus



Backendlösung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus



Ihr Partner für die globale Risikoverwaltung



Ihr Partner für massgeschneiderte Kommunikationslösungen

Business Partner



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



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



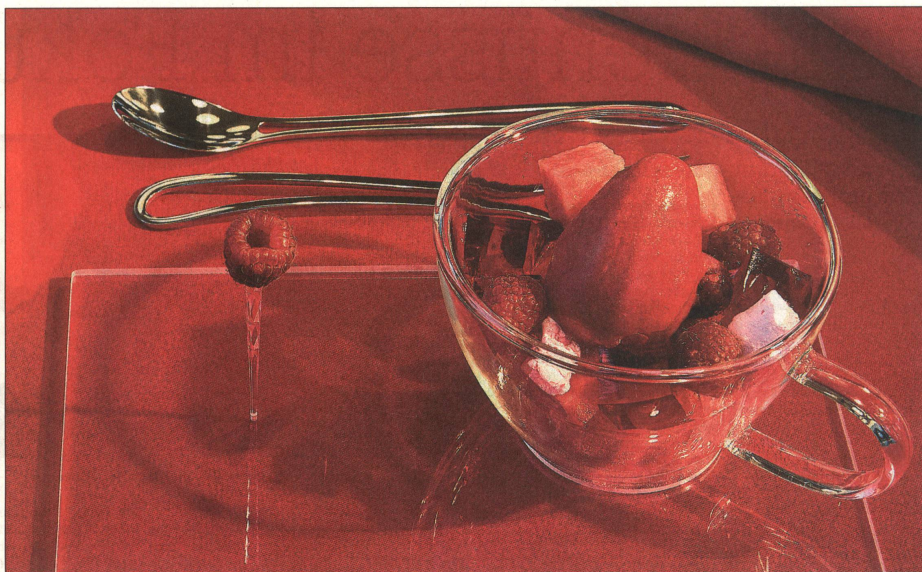
Als grösster Schweizer Bürobedarfsanbieter im B2B-Bereich setzt die iba auf höchste Servicequalität. Sie bietet alles aus einer Hand – vom einfachen Kugelschreiber über Tinten und Toner, Bindegeräte und Büromöbel bis zur cleveren Gesamtlösung.



Die einzige Schweizer TV-Zeitschrift mit den digitalen Sendern und wöchentlichem Programm mit täglich über 90 Sendern. Woche für Woche das aktuellste und übersichtlichste TV-Programm mit täglich über 90 Sendern, inklusive den digitalen Sendern.

Das besondere Konzept Ein Lokal bekennt Farbe: Im Bromer's Restaurant in Roggwil setzt Chef Roc Greisler auf konsequent einfarbige Menüs.

SABRINA GLANZMANN



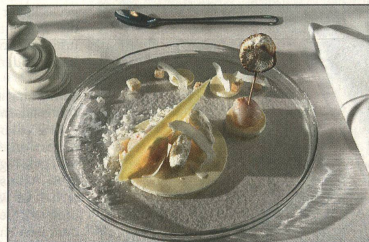
Rot so weit das Auge reicht: Dessert im roten Menü aus Wassermelone, Himbeeren, Sorbet und Gazosa-Gelée.

Bilder zvg

Einfarbige Akzente in bunten Kompositionen



Im Bromer's Restaurant sind auch Tischwäsche und Deko auf die monochromen Gerichte abgestimmt.



Weisse Versuchung: Panna Cotta aus weisser Schokolade, Kokos, Zitronengras, Litschi und Marshmallow.



Grüne Erfrischung: Gartensalat, Kräuter, Gurke und Traube.

Roc Greisler sieht im Bromer's Restaurant in Roggwil BE momentan gerade gelb: Er bringt dort Süssmaismousse mit Kopfsalat, Pfefferlingen und Öl-Pulver auf den Teller, serviert ein Yellow Curry mit Gemüse-Dim-Sum oder Kalbfleischröllchen mit gelber Peperoni und Polenta-Prälinen. Diese Gerichte gehören zum aktuellen «Menu chromatique», das der 32-Jährige für das Lokal in der Bromer's Art Collection kreiert hat.

Seit Mitte April ist der gebürtige Burgdorfer Chef de Cuisine im «Bromer's» – neben seiner Stelle als Chefkoch im Partnerbetrieb Romanthotel Bären Dürrenroth, wo er mit 14 Gault-Millau-Punkten

«Mich interessiert, wie monochrome Gerichte den Geschmack konzentrieren.»

Roc Greisler
Name Zusatz

den «Boissons jaunes» finden sich etwa ein Prosecco mit Zitronengras und Tonic. Die Tischwäsche, die Blumen und die Dekoration sind farblich passend, ebenso wie das Brot (gelbes Kurkumabrot, rotes Tomatenbrot oder grünes Kräuterbrot mit Spinatmehlpulver) und sogar die Ménage (Tomatenöl, Salz mit gefriergetrocknetem Farbpulver).

Greisler und sein Team um Michaela Kunz, der Köchin vor Ort, arbeiten vor allem mit Reduktionen, Confits und gefriergetrockneten Produkten in Pul-

verform – «gänzlich ohne künstliche Farbzusätze», betont der Chef. Die Produkte und Zutaten be-



Roc Greisler

Greisler (nach seiner Ausbildung bei Nik Gyax in Thörigen kochte er unter anderem bei Roland Jöhri im «Talvo» in Champfèr) schon länger mit Farbexperimenten. «Mich interessiert, wie so der Geschmack komplett in den Vordergrund gestellt, konzentriert wird und wie der Gast darauf reagiert.» Im «Bromer's» setzt er dieses Konzept jetzt auf Initiative des ehemaligen Kurators Christian Herren (siehe Text rechts) um, inspiriert von der französischen Konzeptkünstlerin Sophie Calle. Diese hatte 1998 mit ihrer Kunstaktion «Régime chromatique» für

Furore gesorgt, als sie Gerichte in einer einzigen Farbe fotografier-

te. «Wir überlegen uns, welche Farbe zum Monat und zur Saison passt und gehen so an die Rezepturierung», sagt Roc Greisler. Gerade beschäftigt man sich mit dem Menü für September, ein weisses, in dem sicherlich Fisch und Schäume, aus Fenchel etwa, eine Rolle spielen werden. «Klar können wir die Natur nicht komplett verändern; wenn eine Frucht oder ein Gemüse einen andersfarbigen Stiel oder in der Schale eine andere Farbkomponente

drin hat, werden wir das nicht auf Biegen und Brechen «entfernen» und unnötigen Abfall generieren», sagt Greisler. Bei der Mitagskarte geht man Kompromisse ein, denn bei Gerichten kalkuliert um 18 Franken für Industriekunden aus der Region könne man nicht rein monochrom fahren.

Nach den ersten vier Monaten habe das «Bromer's» schon viele Stammgäste gewinnen können. «Sie kommen extra für das Menu chromatique», freut sich Greisler.

www.bromerartcollection.com/restaurant/

Museum Ort mit Geschichte

Das Restaurant Bromer's ist angegliedert an die Bromer Art Collection (BAC) in Roggwil. Nach zehnmonatiger Planungs- und Vorbereitungsphase eröffnete Besitzer René Brogli Mitte April 2013 die BAC als Museum, das Werke der Schweizer Bergmalerei mit dem Schaffen zeitgenössischer Künstler vereint.

Schon im Vorfeld war das Aufsehen um die neue BAC am Standort des 2002 niedergebrannten Traditionsgasthofs Kaltenherberge gross; seit Immobilienhändler Brogli die Liegenschaft erworben und kräftig in den Wieder-

aufbau investiert hatte, wollten verschiedene Relaunches gerade auf Gastro-Ebene nie langfristig fruchten (etwa 2005 für ein knappes Jahr von Ivo Adam). 2011 eröffnete Brogli am Standort schliesslich das «Kunsthaus Kaltenherberge», und nun sollte mit der Neulancierung im April und der Verpflichtung von Christian Herren als Kurator definitiv ein frischer Wind wehen. Der erst 21-jährige Kunstsammler und Galerist Herren, gerne als «Wunderkind» der hiesigen Kunstszene betitelt, wollte auch im Oberaargau seinem Credo folgen und ein breites Publikum für Kunst begeistern: «Die BAC bietet mir die Möglichkeit, meine Visionen umzusetzen, die

Region mit Blick auf das internationale Kunstgeschehen mit Ausstellungen zu beleben und Diskussionen anzuregen. Darauf freue ich mich», sagte Christian Herren zu seiner neuen Aufgabe. Dann Mitte Juli, nur drei Monate nach Eröffnung, beendeten die BAC und der Kurator die Zusammenarbeit per sofort wieder, «in gegenseitigem Einvernehmen», wie man beteuerte, aufgrund einer Strategieänderung von René Brogli. Man wolle sich in Zukunft stärker dem Kunsthandel widmen und Ausstellungen mit Werken aus dem Sammlungsbestand in den Fokus stellen.

Das Kapitel Kaltenherberge geht in die nächste Runde. sagt

Schokolade

Lindt & Sprüngli: Gewinnsprung im ersten Halbjahr

Der Schokoladenkonzern Lindt & Sprüngli verdiente im ersten Halbjahr 2013 unter dem Strich 48,8 Mio. Franken – das sind 40,2% mehr als im Vorjahressemester. Den Betriebsgewinn EBIT konnte das Unternehmen um 42,1% auf 65,5 Mio. Franken steigern. Der Umsatz wuchs um 9,6% auf 1,132 Mrd. Franken, teilte Lindt & Sprüngli am Dienstag mit. Profitiert habe man etwa vom langen Winter in Europa, der sich günstig auf den Schokoladenkonsum ausgewirkt habe, und von ersten Euro-Erholungen seit längerer Zeit.

News

Neue Kooperation: Jugendherbergen mit ISIC



zvg

Für Lernende und Studierende gibt es neu die Mitgliedschaft bei den Schweizer Jugendherbergen, Hostelling International und ISIC (International Student Identity Card) vereint auf einer Karte. Sie wird weltweit als Studienausweis und Hostelling-International-Mitgliedskarte anerkannt und kostet 35 Franken. Die Karteninhaber können in über 4000 Jugendherbergen in 90 Ländern günstiger übernachten und erhalten weitere Preisreduktionen.

Events

Trendtage Convenience im November in Zürich

Am 14. und 15. November finden im Renaissance Zürich Hotel an der 11. Euroforum-Jahrestagung die diesjährigen «Trendtage Convenience» statt. Exponenten und Fachleute des Convenience-Marktes aus dem In- und Ausland – darunter etwa André von Steiger von Unilever Schweiz GmbH – diskutieren an dieser Branchenplattform mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern über neue Convenience-Formate, neue Geschäftsfelder und Produktrends.

www.euroforum.ch/convenience

Bier

Brauereikonzern Heineken verschärft seinen Sparkurs



zvg

Nach einem weiteren Absatzzrückgang im zweiten Quartal will Heineken bis Ende 2014 rund 625 statt bisher 525 Mio. Euro sparen, teilte der Brauereikonzern am Mittwoch mit. Der Bier-Absatz auf dem westeuropäischen Heimatmarkt war organisch um 5% zurückgegangen; das liess das Volumen weltweit um 1% sinken. Der Umsatz entwickelte sich besser: Auf die ersten sechs Monate gesehen sanken die Erlöse organisch um 1% und landeten bei 10,4 Mrd. Euro, das Volumen sank in dieser Zeit um 3%. sagt

Regionale Genüsse im Fokus

**Morgen Freitag beginnt die «Genuss '13»:
Auch die sechste Ausgabe der Plattform
setzt Regionalprodukte ins Zentrum –
heuer an über 120 Veranstaltungen.**

SABRINA GLANZMANN

Echt, ursprünglich, natürlich, genussvoll: Das ist die Maxime des Gütesiegels «Das Beste der Region», der sich die Regionalmarken aus den Kantonen Aargau, Bern, Solothurn, Zürich und aus der Zentralschweiz für ihre Produkte verschrieben haben. Diesen Regionalprodukten wird mit der «Genuss» alljährlich eine Plattform

geboten: Während drei Wochen können innovative Hersteller und Verarbeiter ihre Produkte an Veranstaltungen und Präsentationen einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich machen. Die diesjährige, mittlerweile sechste «Genuss»-Ausgabe beginnt morgen Freitag, 23. August und dauert bis zum 15. September; an über 120 Veranstaltungen zeigen Gewerbe-, Hotel-,

Gastronomie- und Landwirtschaftsbetriebe ihre Vielfalt an regionalen Köstlichkeiten.

Intensive, kreative Auseinandersetzung mit dem Thema Genuss

Auch dieses Jahr wurden im Vorfeld bereits Anlässe von einer Fachjury nominiert; alle 120 Veranstalter konnten sich für den Wettbewerb um den «genussreichsten» Anlass bewerben. Die Jury um Präsident Mario Lütolf, Leiter Stadtraum und Veranstaltungen bei der Stadt Luzern, hat aus den eingegangenen 27 Bewerbungsdossiers fünf Veranstaltungen ausgewählt – beurteilt wurde nach der Umsetzung der Themen Regionalität und Genuss. Dabei legte die Jury das Augenmerk auf



Regionalprodukte stehen auch dieses Jahr im Fokus der «Genuss».

zvg

ANZEIGE

ConCerto

CARATELLO
WEINE

Das 21. Concerto del vino italiano,
1. und 2. September 2013

...und wie Ihre Weinkarte zum Leuchtturm wird

Sehr geehrte Gastgeberinnen und Gastgeber

Eine Weinkarte verrät dem Gast mehr als nur die Auswahl der Weine. Sie erzählt ihm von der Sorgfalt oder der Unbekümmertheit, mit der ein Restaurant geführt wird. Sie zeigt, wie gut der Chef sein Geschäft versteht, ob er eigene Wege gehen kann oder einfach im Mainstream schwimmt. Und sie erzählt, ob hier ein Gast verwöhnt werden soll oder ob der schnelle Umsatz im Vordergrund steht.

Am Concerto del vino italiano präsentieren Ihnen die besten italienischen Weinproduzenten ihre Weine. 44 Winzer sind angemeldet. An einem besonderen Workshop setzen wir uns gemeinsam mit der Gestaltung der Weinkarte auseinander und zeigen, warum die Weinkarte so wichtig ist und wie sie gestaltet werden kann.

Lassen Sie sich das Concerto nicht entgehen. Sie finden hier die Weine, die Ihre – und nur Ihre – Weinkarte zum Leuchtturm machen. Und Sie erfahren gleichzeitig, was Sie tun können, damit das Licht Ihrer Weinkarte leuchtet und Ihnen hilft, erfolgreich zu sein.

Mit freundlichem Gruss

Ueli Schiess

Programmübersicht

Sonntag, 1. September 2013 im Dolder Grand, Zürich
12.15 – 13.45 Uhr **Matinée** mit Rudolf Lutz und Orlando Ribar
14.00 – 19.00 Uhr **Degustation** mit den anwesenden Produzenten
14.30 – 19.00 Uhr **Workshop I:** Barolo 1999 und Barolo 2009
Workshop II: Die Querschnitte aus Italien

Montag, 2. September 2013 im Dolder Grand, Zürich
14.00 – 19.00 Uhr **Degustation** mit den anwesenden Produzenten
13.30 – 15.00 Uhr **Workshop III:** Leuchtturm Weinkarte
16.30 – 18.00 Uhr **Workshop IV:** Flaccianello und Vigna del Sorbo
Alle Details über die Anmeldung erfahren Sie auf www.caratello.ch

Caratello Weine AG
Zürcher Strasse 204E, CH-9014 St.Gallen
T +41 71 244 88 55, F +41 71 244 63 80
www.caratello.ch, info@caratello.ch



PIEMONTE

Azella
Antichi Vigneti Cantalupo
Castellari Bergaglio
Aldo Conterno
Conterno Fantino
Fratelli Giacosa
Monchiero Carbone
Pier Paolo Monti
Ciabot Berton – Oberto
Pasquero Elia
Vietti

LOMBARDIA

Ca del Bosco

VENETO

Buglioni
Silvano Follador
Fratelli Todeschi

FRIULI

Verica & Verica

TOSCANA

Castellare
Fontodi
Monteverzine
San Giusto a Rentennano
Vecchie Terre di Montefili
Avignonesi
Lombardo
Le Macchiole
Petra
Rocca di Frassinello
Terenzi
Mastrojanni
Poggio Antico
Mormorale
Capezzana
Ghizzano
Il Borro

MARCHE

Tenuta di Tavignano

ABRUZZO

Torre dei Beati

PUGLIA

Castel di Salve

BASILICATA

Elena Fuoco

SICILIA

Abbazia Santa Anastasia
Palari
Feudi del Pisciotto

SARDEGNA

Colle Niviera
Santadi

die Herkunft des Speise- und Getränkeangebots sowie auf den Erlebnis- und Genusscharakter und schliesslich auf die inner- und ausserbetriebliche Kooperation. Unter den nominierten Anlässen (siehe Box) sind Ideen wie inszenierte Glace-Präsentationen in Büren an der Aare, Traubensaft zum Selberpressen in Oberflachs, ein Sensorik-Seminar mit 4-Gang-Menü in Illnau, Sekundarschüler, die ein Buffet aus Regionalprodukten herstellen in Turbenthal, oder ein Markt mit regionalen Käsespezialitäten in Solothurn. Was hat gerade diese Anlässe für eine Nomination qualifiziert? «Sie versprechen halt eine besonders intensive und kreative Auseinandersetzung mit dem Thema Genuss. Es werden grosse Erwartungen geweckt für Erlebnisse rund um die Präsentation und Verarbeitung regionaler Produkte», sagt Jurypräsident Mario Lütolf.

Vernetzung im Sinne der Tourismusanbieter

Bereits konnten sich die Nominierten an einer Vorpremiere vor wenigen Tagen im Kornhauskeller in Bern präsentieren; die Resultate daraus werden in die Ermittlung des Siegers einbezogen. Zudem besucht die Jury die Anlässe für eine Bewertung während der «Genuss '13» vor Ort.

Mario Lütolf schätzt die Palette der diesjährigen Events generell als hochwertig ein: «Es hat erneut Trouvaillen dabei, welche die Aufmerksamkeit nicht nur des brei-

ten Publikums, aber auch der Fachöffentlichkeit verdienen. Es sind erfreulicherweise neue Akteure und viel Herzblut in der professionellen Gastronomie spürbar. Und die Partner vernetzen sich zunehmend – ganz im Sinne der Tourismusanbieter», so der ehemalige STV-Direktor.

Wettbewerb Die fünf nominierten Genuss '13-Anlässe

Restaurant Rössli, Illnau:
«Sensorik im Genuss-Labor», 11. September, 18 bis 23 Uhr

OK Solothurner Chästag:
«3. Solothurner Chästag», 5. September auf dem Rossmarktplatz in Solothurn

Gasthof Gyrenbad, Turbenthal: «Voll krass!», 11 und 13. September, 18 bis 22 Uhr

Chalmberger Weinbau, Oberflachs: «Press dir deinen eigenen Traubensaft», 31. August, 14 bis 22 Uhr, und 1. September, 10 bis 18 Uhr

Polarfuchs Ice Cream, Büren an der Aare: «Luege, lose, schlacke, gniess», fand bereits am Wochenende vom 17. und 18. August statt.

www.regionalprodukte.ch

impressum

htr hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus
L'hebdomadaire pour le tourisme
Gegründet/Fondé en 1992

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldarajaca
fokus: Alex Gertschen/avg
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb, Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/tl, Gudrun Schlenczek/gsg
Praktikum: vakant
Grafik und Produktion: Roland Gerber/gg, Andrea Husstein/ah, Daniel Steim/ste
Korrektur: Paul le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievegelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Alesich/npa
Praktikum: Artrasha Veljaj/av
Koordination: Daniel Steim

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hänni
Stelleninseerte: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Artrasha Veljaj/av

Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller, Michael Müller

hotelljob.ch: Denise Karam
Druck: NZZ Print, 8952 Schlieren
Auflage: WEMF-Begleitauftrag 2012, verkaufte Auflage: 9031; Gratisauflage: 940.
Leser: 85'000 (Studie Demoscope 2009)
Verkaufspreise (inkl. MwSt): Einzelnummer Fr. 4.50, Jahresabonnement Fr. 169.–, ISSN: 1424-0440

Kontakte

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

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

Vor 150 Jahren fand die weltweit erste Pauschalreise statt: die «Via Cook», der Weg, auf dem Thomas Cook englische Touristen durch die Schweiz führte, feiert heuer Geburtstag.

GREGOR WASER

Die Via Cook, die zu den zwölf Haupttrouten der Kulturwege Schweiz gehört (siehe Zweittext), feiert heuer ihren 150. Geburtstag – dank Namensgeber Thomas Cook. Dessen Versuche als Reiseorganisator dümpelten noch um 1860 dahin; zwar verzeichnete er Erfolge mit Ausflügen von London nach Schottland und Irland, doch Reisen aufs Festland zu verkaufen, fruchtete nicht. Mit der ersten organisierten Pauschalreise in die Schweiz erreichte er aber den «Tipping Point», den Umkehr-Punkt auf seinem Weg zum Reiseplaner. Einerseits hatte er dies prominenten Wegbereitern zu verdanken: In den Jahren zuvor hatten Dichter Lord Byron, Schriftsteller Percy Shelley oder Maler William Turner ein romantisches Bild der Schweiz nach England transportiert. Andererseits war eine dreiwöchige Auslandsreise zum ersten Mal erschwinglich: 19 Pfund bezahlte Reisetagebucherin und Pfarrerstochter Jemima Morrell, wie aus ihrem Tagebuch hervorgeht.

Am 7. Juli 1863 stapfte die siebenköpfige Reisegruppe von der Kleinen Scheidegg hinunter nach Grindelwald. Zehn Tage zuvor ging die Reise in London los: mit dem Zug zunächst durch Frankreich nach Genf, an die Pforte eines Landes, das damals verkehrsmässig noch sehr schlecht erschlossen war. Gerade mal auf 600 Kilometer brachte es das damalige Schienennetz (heute sind es 5000). Zu Fuss mit Maultieren, mit der Kutsche, Schiff und Bahn bewältigten die weltweit ersten Pauschalreisenden die beschwerliche Route bis nach Luzern. Und schon damals gab den «meckern-



Bergidylle auf der heutigen Via Cook: Kleine Scheidegg und Eiger im Berner Oberland.

Bilder zvg/Via Storia

Der Weg, der den Tourismus brachte

den» Homo Touristicus: Jemima Morrell hielt – frei übersetzt – in ihrem Reisetagebuch fest: «Die Suppe war wässrig, die Fleischportionen klein». Natürlich blieb die Alpenlandschaft bei den Reisenden auch positiv haften. Die Mund-zu-Mund-Propaganda wie auch Thomas Cooks Hauszeitung «The Excursionist» sorgten dafür, dass viele Interessierte von der Machbarkeit einer Reise in die Schweiz erfuhren. «Bereits ein Jahr später, 1864, brachte Thomas Cook 500 Pauschalreisende in die

Schweiz, eine unglaubliche Zahl für jene Zeit», sagt Diccon Bewes. Der britische Autor lebt in Bern und bringt im Oktober das Buch «Slow Train to Switzerland» heraus, in dem er die erste Pauschalreise, die Eigenheiten der damaligen Zeit und die Veränderungen zu heute beschreibt.

«Kick-off» für die Schweiz als Reiseland

Im Juli nahm Diccon Bewes teil an einer von Schweiz Tourismus und Inntavel organisierten Nostalgierreise auf den Originalspuren von Thomas Cooks erster Schweiz-Reise. Mit dabei waren unter anderem auch ein Nachkomme von Jemima Morrell, John Morrell, oder die Schriftstellerin Helen Mort, die in einem Blog die Erlebnisse festhielt (jemimasadventures.blogspot.ch). «Die Nostalgie-Kleider trugen wir nur an zwei Abenden», sagt Diccon Bewes, «die waren unbequem und sehr heiss». Beeindruckt hat ihn die Fahrten mit der Kutsche: «Das war unglaublich langsam. Und wir müssen uns vorstellen, die Strassen damals waren in einem sehr holprigen Zustand.» Am angenehmsten im Vergleich zu 1863 sei wohl gewesen, dass einen kei-

ne Bettler und Verkäufer auf Schritt und Tritt begleitet hätten. Die Schweiz, insbesondere der Alpenraum, sei damals sehr arm gewesen. «Die Arbeiter verdienten 1.50 Franken am Tag, so viel bezahlten die damaligen Reisenden für ein Frühstück im Hotel», weiss Diccon Bewes.

«Der Kick-off für die Schweiz als Reiseland war mit Thomas Cooks «First Conducted Tour of Switzerland» erfolgt», sagt Heinz Keller, Content Manager von

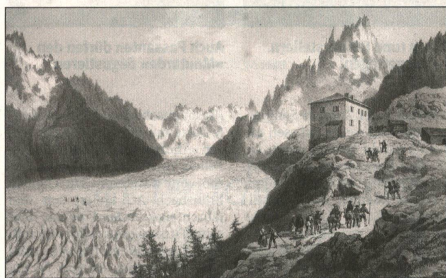
Schweiz Tourismus. Entsprechend gross sei auch der viktorianische Einfluss auf die damals entstehende Hotellerie gewesen. «Bemerkenswert war Thomas Cooks Gespür für die sehenswerteren Gebiete, die auch heute alle noch touristisch beliebt sind», sagt Thomas Keller. Die heutige Via Cook biete «eine tolle Möglichkeit, unter Einbezug der damaligen Verkehrsmittel diese klassische Bildungstour neu zu erleben.»

Via Cook Durchführungsort für die Schlussfeier der «Semaine du Goût»

Die Via Cook führt entlang der Strecke Genf-Luzern-Neuenburg bis nach Pontalier (F) und gehört zum Netz der «Kulturwege Schweiz» von Via Storia, dem Zentrum für Verkehrsgeschichte. Das Netz besteht aus historischen Haupt- und Regionalrouten, die auf wissenschaftlichen Grundlagen basieren, wie etwa dem Inventar historischer Verkehrswege der Schweiz (IVS). An der diesjährigen «Semaine du Goût»,

die vom 12. bis 22. September 2013 auf den Kulturwegen Schweiz stattfindet, kommt der Via Cook eine besondere Ehre zuteil: Auf ihr findet mit Durchführungsort Leuk (VS) die offizielle Schlussfeier und -zeremonie am 21. September statt, inklusive Degustationen von regionalen Köstlichkeiten, Genuss-Basar oder Ortsführungen. sag

www.genusswoche.ch
www.kulturwege-schweiz.ch



Die ersten Pauschalreisenden in der Schweiz auf ihrem beschwerlichen Weg nach oben.

Chur steht im Bann des Mittelalters

Die Siedlungsgeschichte der Stadt und das Mittelalterspektakel **Spectaculum Curia** hat Chur Tourismus inspiert: Sie ergänzt ihr Angebot mit einer theatralischen Führung.

FRANZISKA EGLI

Die Stadtgeschichte Churs reicht mehr als 5000 Jahre zurück, und nach den Römern, Anfang 5. Jahrhundert, begann auch in Chur das Mittelalter. Der obere Teil der heutigen Altstadt gliedert sich einer Burg, der untere Teil kam eher einer Ansiedlung als einer Stadt gleich. Kurz: Chur, als älteste Stadt der Schweiz, darf auf eine lange Siedlungsgeschichte zurückblicken. Das machte der Verein **Spectaculum Curia** vergangenes Jahr erstmals erlebbar. Mit dem «Spectaculum Curia», dem Mit-

taltermarkt, veranstaltete er ein aussergewöhnliches Spektakel, das auf grosses Interesse stiess: Mitten in der Churer Altstadt sorgten Handwerker, Händler und allerlei fahrendes Volk für ein unterhaltsames Markttreiben, gehandelt und gefeilscht wurde mit dem Churer Taler.

Das hat nun Chur Tourismus dazu inspiriert, das Angebot der Stadtführungen auszubauen und mit einer theatralischen Führung aus dem Mittelalter zu ergänzen. Für die Ausarbeitung der szenischen Darbietungen hat Chur



Mittelalterliches Markttreiben am «Spectaculum Curia». zvg

Tourismus mit dem Theater Chur zusammengearbeitet. Inszeniert werden die authentischen Szenen von den Schauspielern Riccarda Flutsch und Terzio Paganini, die die Teilnehmenden an verschiedenen Schauplätzen ins Mittelalter zurückversetzen.

Am 19. und 20. Oktober findet zudem rund um die St. Martinskirche zum zweiten Mal das mittelalterliche Spektakel «Spectaculum Curia» statt.

www.churtourismus.ch
www.spectaculum-curia.ch

News

Berner Galerie wird zum Bed & Breakfast

Getreu dem Motto «Living in a Gallery»: Bei Konvex, der Plattform für Design und Kunst, kann noch bis am 31. August gewohnt werden. Die Galerie in der Berner Altstadt verwandelt sich dieser Tage zum Bed & Breakfast inklusive kleinem Frühstück – und Experimenten und Objekten aus Seil und Holz von Heinz Niklaus. Die Übernachtung in der Galerie ist für maximal zwei Personen, mindestens zwei bis drei Nächte am Stück und kostet Fr. 95.– pro Person.

www.konvex.ch

Ende September soll Champagner-Ernte beginnen



zvg

Nach einem kalten, tristen, regenstarken Winter und Frühling begann die Reifung der Trauben mit einer zweiwöchigen Verspätung. Die Blütezeit setzte dafür Anfang Juli unter günstigen Wetterbedingungen ein, was auf eine erfolgreiche Ernte hoffen lässt. Die Hauptweinelese soll Ende September beginnen. Die Champagner-Winzer und Champagner-Häuser haben sich auf einen absatzfähigen Ertrag von 10 500 Kilo pro Hektar geeinigt (2012: 12 500 Kilo).

www.champagne-cvvc.ch

Gastronomie

Ja für Bewirtung auf dem Berner Münsterplatz

Ein Teil des Münsterplatzes in der Berner Altstadt soll künftig von Gastronomiebetrieben genutzt werden können. Das Berner Stadtparlament hat einen Vorstoss der Grünliberalen mit 54 Ja- zu 15 Nein-Stimmen überwiesen. Der Gemeinderat wird nun die Umsetzung prüfen. Bereits klar ist, dass die Bewirtschaftung auf dem Berner Münsterplatz nicht öffentlich ausgeschrieben wird. Interessierte Betriebe können nun den üblichen Weg einschlagen und ein Gesuch bei den zuständigen Behörden einreichen.

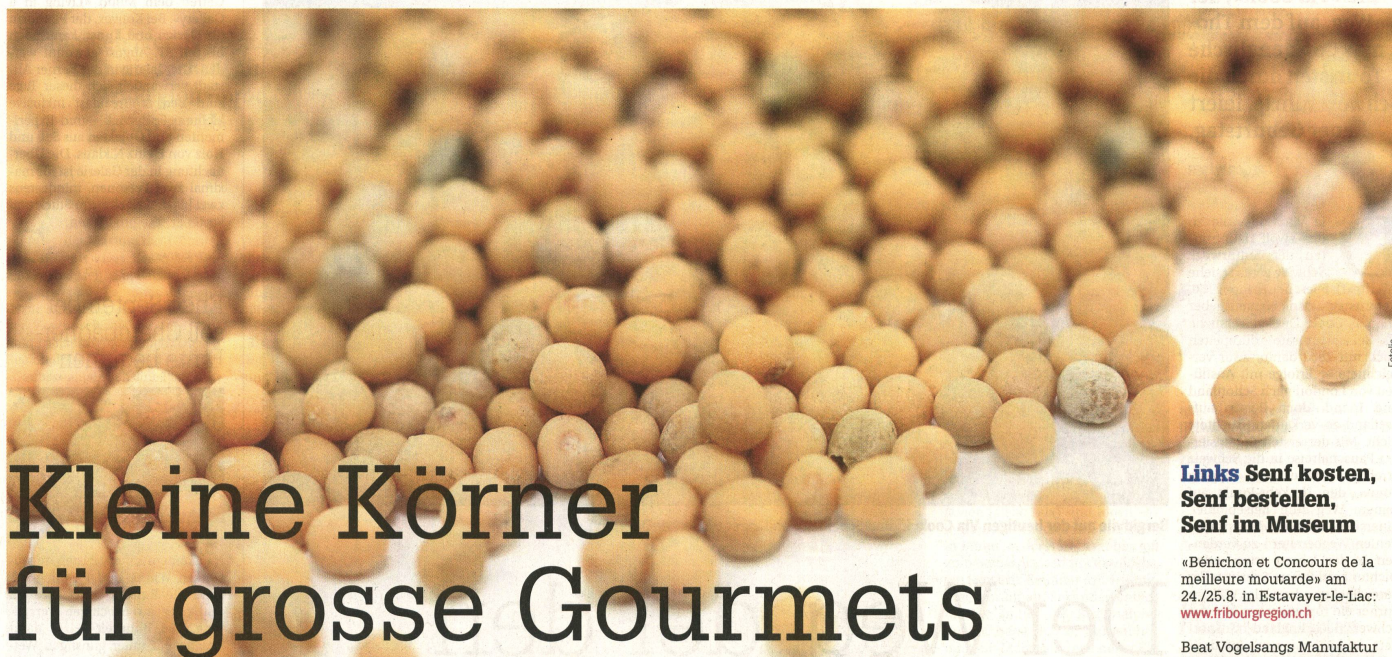
Genuss

Tee aus der Kaffeemaschine kredenzen



Ein Kaffee oder lieber ein Tee? Diese Frage stellt sich nun vor der Nespresso-Kaffeemaschine. «cuida té» heissen die neuen Teekapseln, dank denen man sich die Zeit zum Teeaufkochen sparen kann. Das Sortiment setzt sich aktuell aus vier verschiedenen Teespezialitäten zusammen: Black Tea Earl Grey, Black Tea Citrus, Green Tea Marrakech sowie Herbal Tea Forest Fruits. Alle Sorten bestehen laut Mitteilung aus schonend verarbeiteten Teelättern erster Qualität und enthalten keine ohne Zusatzstoffe. fee

www.experiencecuidate.ch



Kleine Körner für grosse Gourmets

Dieses Wochenende wird der beste «Moutarde de Bénichon» gekürt. Dank findigen Feinschmeckern hält der Senf Einzug in die Gourmet-Küche.

FRANZISKA EGLI

Am jeweils letzten Augustwochenende dreht sich in Estavayer-le-Lac alles um eines: den besten Moutarde de Bénichon. Diese Senf-Spezialität wird im Kanton Fribourg um diese Jahreszeit von jeher hochgelebt. Rezepte gibt es schätzungsweise so viele wie Familien, denn eine jede schwört auf die hauseigene Zusammensetzung dieser süss-würzigen Köstlichkeit, welche von Generation zu Generation weitergereicht wird. Seit zwölf Jahren wird ihr am «Bénichon et Concours de la meilleure moutarde» noch zusätzlich gehuldigt, wenn die Maitres moustardiers sie umrahmt von einem Volksfest – auch noch kosten und bewerten.

Moutarde de Bénichon? Das ist Chilbi-Senf und erinnert vom Aussehen wie auch im Gaumen eher an Konfitüre denn an Senf, wie man ihn etwa von der Wurstbegleitung her kennt. «Er enthält nebst den für Senf üblichen Zutaten wie gemahlene Senfkörner, Essig, Wasser und Gewürze auch Vin Cuit, also eingedickten Most von Äpfel oder Birnen, sowie Kandiszucker und Zimt», erklärt Lau-

rent Mollard, Direktor vom Tourismusbüro Estavayer-le-Lac und Payerne, der den Anlass organisiert. Das sei es, was die welsche Senf-Spezialität im Gegensatz zu herkömmlichem Senf ausmache. Entsprechend wird der Moutarde de Bénichon nicht etwa zu Bratwürsten, sondern als Aufstrich zu Safranbrot gereicht, eine Art Brioche, das sich Cuchaule nennt.

Je nach Menge und Mahlgrad der Körner entsteht eine andere Paste

Wobei, was heisst schon herkömmlich. Senf ist nicht nur über 3000 Jahre alt, gelangte von China nach Griechenland und war als Heilmittel ebenso bekannt wie als Würzmittel fader Speisen. Es gibt ihn längst in unzähligen Variationen: Je nach Wahl und Menge weisser oder schwarzer Senfkörner, deren Mahlgrad sowie der Dosis an beigefügtem Most oder Essig entsteht

«Historischer Senf» der Kölner Senfmühle.



Die Maitres moustardiers begutachten als Jurymitglieder die Kreationen von rund 80 Herstellern. Der Wettbewerb wird jeweils in zwei Kategorien – Amateure und Profis – ausgetragen.

Bilder zvg

eine andere Würzpaste von mild bis scharf, von süss bis fruchtig. So schwört ein jedes Land auf seine Senf-Kreationen und -Vorlieben. Während den Engländern nichts über ihren scharfen Colman's Mustard geht, bevorzugen die Bayern beim Verzehr von Weisswürsten den süsslichen Senf und verehren die Franzosen von jeher ihren rassigen Moutarde de Dijon.

All diese Länder verfügen aber auch über eine entsprechende Tradition in der Senfherstellung. Dies im Gegensatz zur Schweiz, die dank Fritz Thomi und der 1934 lancierten Tube «Thomy» zwar über einen einheimischen Senf verfügt, aber: «Die Schweiz war kein Senf-Land», sagt Stephan Bischof, der seit einhalb Jahren auch Senfimporteur ist. Durch Zufall besuchte der Betriebswissenschaftler und Hobby-Koch das Senfmuseum in Köln, wo der Senfmüller Wolfgang Steffen

nach jahrhundertalter Manier Senf herstellt, ohne Konservierungsstoffe und dank lichtundurchlässigen Steingutpföpfchen mindestens zwei Jahre haltbar.

Mittlerweile entstehen auch hierzulande exquisite Kreationen
Neun dieser Senfraritäten bietet Bischof seither via Online-Shop und «Wiederverkäufer an. Den mittelscharfen «Wabensen» beispielsweise, der zu 30 Prozent aus Honig besteht. Oder den süsslichen «Mühlensen» nach einem Originalrezept aus dem 15. Jahrhundert, der gut zu Braten und Wildgerichten passt. Regelmässig

veranstaltet der Zürcher Senfpartys, denn «Schweizer müssen ein neues Produkt kosten, damit sie auf den Geschmack kommen». Und auch Gourmetköche gehören zu seiner Klientel: 16-Gault-Millau-Punkte-Koch Tobias Funke vom «Funkes Obstgarten» in Freinbach ordert ebenso bei Bischof wie Heiko Nieder (18-Gault-Punkte) vom Zürcher «The Restaurant». Bischof hofft, dass der Senf vermehrt seinen Weg in die Gourmetküche findet.

«Wer bestes Olivenöl verwendet, sollte auch beim Senf nicht sparen.»

Stephan Bischof
Inhaber www.naturesenf.ch

chen wie auch zu den Delikatess-Liebhauern findet. «Es kann doch nicht sein, dass man für die Salatsauce das beste Olivenöl, den feinsten Balsamico auswählt und dann beim Senf spart», findet er. Ein Senfiebhaber, der eine kleine Menge – nämlich 30 Kilo jährlich – gar selber herstellt und vertreibt, ist Beat Vogelsang. In seinem «Sämf-Hütsli» in Geroldswil ZH entstehen Senfe wie der

Links Senf kosten, Senf bestellen, Senf im Museum

«Bénichon et Concours de la meilleure moutarde» am 24./25.8. in Estavayer-le-Lac: www.fribourgregion.ch

Beat Vogelsangs Manufaktur Sämf-Hütsli in Geroldswil ZH: www.senf-huesli.ch

Stephan Bischofs Senf-Vertrieb Naturesenf in Zürich: www.naturesenf.ch

Albi von Felten's Delikatess-Online-Shop Genusswerk: www.genusswerk.ch

Wolfgang Steffens Senfmühle mit Museum in Köln: www.senfmuehle-koeln.de



Auch Passanten dürfen den «Moutarde» degustieren.

«Tasmanische Teufel», eine scharfe Paste mit Pfeffer, oder der süssen «Ahornsenf». Ebenso Albi von Felten. Auch der umtriebige Patron vom Restaurant Hirschen in Erlinsbach AG kreiert seit drei Jahren eigenen Senf, den er über seine Firma Genusswerk verkauft. Er verfügt über mittlerweile rund 20 Senf-Rezepte, so von Felten, und er erzählt vom «Winzersenf», einem leicht süsslichen Senf mit in Grappa eingelegten Weinbeeren, dem maligen «Speuzer Biersenf» (siehe Rezept) mit dem eigenen Hausbier, den er für sein Haus-Dressing verwendet. Im Frühling gebe es «Bärlauch-Senf», im Herbst «Dörzweitschgen-Senf», und aktuell würden sie mit Walnüssen experimentieren. «Jährlich produzieren wir rund 2500 Gläser», schätzt von Felten, für den die Senf-Produktion eine logische Weiterführung seiner regionalen Küche ist. Naheliegender, dass sich daher auf dessen Karte immer auch etwas Senfiges findet.

Senfdelikatessen von Albi von Felten.



Martin Weiss

Rezept

Gelbe Randensuppe mit Speuzer Biersenf

von Albi von Felten, Restaurant Hirschen, Erlinsbach AG

Zutaten:
50 g Rapsöl
100 g Schalotten in feine Streifen
10 g (ca. 3 Zehen) Knoblauch in feine Würfel
400 g Gelbe Ranten in Würfel geschnitten
50 cl Verjus (Saft von unreifen Trauben)
550 cl Gemüsebouillon
150 cl Rahm
50 g Butter
40–50 g Speuzer Biersenf oder ein anderer, leicht körniger Senf
Salz, Pfeffer, Zucker zum Abschmecken

Zubereitung:
Den fein geschnittenen Knoblauch sowie die Schalotten im Rapsöl andünsten. Die gelben

Randenwürfel hinzufügen, ein paar Minuten mitdünsten. Mit dem Verjus, der Gemüsebouillon und dem Rahm ablöschen. Die Suppe 40 Minuten leicht köcheln lassen.

Suppe mit einem Mixer fein pürieren und durch ein Sieb seihen. Nochmals aufkochen und eventuell mit Gemüsebouillon auf die gewünschte Dicke verdünnen. Senf dazugeben und schaumig mixen. Mit Salz und Pfeffer abschmecken.

Vor dem Servieren die Suppe nochmals aufkochen und mit der Butter luftig aufmixen. Mit Milchschaum und Brotcroutons dekorieren.

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 34 · 22. August 2013

htr **hotel revue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

DENKEN SIE – UND ZWAR SELBER!

Semesterferienzeit ist Aufräumzeit. Ich habe mich – zusammen mit vielen Kollegen – an die Stapel von Material herangewagt, die sich während des letzten Schuljahrs angesammelt haben. Ein erlösendes Gefühl, wenn der Schreibtisch jungfräulich aufgeräumt glänzt und der Altpapiersammler überquillt. Oft findet man im Sog der «Aufräumitis» auch das eine oder andere verschollene Kleinod, das dazu verführt, einige Minuten innezuhalten und darin zu blättern. Meine Wiederentdeckung vor einigen Wochen war ein Buch mit dem Titel «Denken Sie selbst – sonst tun es andere für Sie!» geschrieben vom Deutschen Comedian Vince Ebert. Beim Durchblättern überflog ich die Zwischen titel wie «Stau ist nur hinten blöd» oder «Kunst ist schön, macht aber viel Arbeit» (übrigens ein Zitat von Karl Valentin), lande jedoch wieder beim in grossen Lettern geschriebenen Titel: «Denken Sie selbst – sonst tun es andere für Sie!» Seien wir ehrlich: Im Berufsalltag ist es doch ab und zu hilfreich und schön, wenn man gewisse Gedankengänge den Kolleginnen und Kollegen überlassen kann. Man suhlt sich in der individuellen Gedankenlosigkeit und freut sich auf das Resultat der anderen – serviert wie ein kühler Cocktail. Der Abgang desselben kann jedoch sehr bitter und ungeniessbar ausfallen – unerkennbar sind die Zutaten des Gedanken-Mixes, nicht nachvollziehbar die Rezeptur. Was sich in der einen oder anderen Sitzung als Kavaliersdelikt abhaken lässt, kann auf die Dauer gefährlich werden. Wann mussten Sie das letzte Mal «denken» (und ich meine nicht die Denksportaufgabe: «Wo habe ich den Autoschlüs-

sel hingelegt?»). Denken im Sinne von hirn, sinnieren, überlegen, einer Sache gedanklich auf den Grund gehen und sich so lange festbei-ssen, bis sich eine Lösung herauskristallisiert. Ich wage die These, dass sich das Denken verflüchtigt. Wir lassen uns häufig gedankenlos lei-ten. Die Helfer des Alltags sind kleinkindtaug-lich und die vordefinierten Prozesse in vielen Unternehmen lassen wenig bis keine eigenstän-dige Denk- und Lösungsansätze zu.

«Convenience-Thinking» als Konsumgut
Ich appelliere an das Denken, an selbstkreierte Ideen und Lösungen und die Musse, sich un-konventionellen Gedanken auszusetzen. Im Arbeitsalltag, zu Hause, im Bus etc. Selbstver-ordnete 30 Minuten Denkzeit pro Tag für mich selber und 2 Stunden Denkpöwer im Team pro Woche! Enthusiastische Vorsätze, die sich in meinem Kopf bilden und einen Motivations-schub auslösen, in der leisen Gewissheit, dass doch nicht alles so umgesetzt werden kann, wie ich es mir gedanklich zurechtgelegt habe. Ich stelle das Buch ins Regal. Den Buchrücken gut sichtbar, so dass mich der Titel im nächsten Se-mester täglich aufrüttelt: **Denken Sie selbst – sonst tun es andere für Sie!**



Timo Albiez
Leiter Marketing
Schweizerische Hotelfachschule Luzern

ZITAT
DER WOCHE

«Freude an der Arbeit
lässt das Werk
trefflich geraten»

Aristoteles

AGENDA

31. AUGUST

«Methodik-/Didaktikkurs»,
vom Schweizer Kochverband,
im Ausbildungszentrum,
in Liestal
www.hotelgastrounion.ch

4. SEPTEMBER

Informationsveranstaltung
Nachdiplomstudium HF Hotel-
management, von hotelleriesuisse,
im Hotel Grisch, in Davos
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

18. SEPTEMBER

«ECDL-Start-Kurs», vom Berufs-
verband Hotel · Administration ·
Management, im Ausbildungs-
zentrum SBV, in Sursee
www.hotelgastrounion.ch

16. OKTOBER

Start Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement,
von hotelleriesuisse,
im SolbadHotel, in Sigriswil
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

16. NOVEMBER

Jubiläumsfeier IST / EIT,
von hotelleriesuisse,
in Lausanne und Zürich
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

23.-27. NOVEMBER

«8. Internationale Service-
meisterschaft», vom
Berufsverband Restauration,
anlässlich der Igeho, in Basel
www.hotelgastrounion.ch

Lehr- und Praktikumsstellen kostenlos
ausschreiben auf **www.hoteljob.ch**

htr **hotel revue**

ARBEITSSICHERHEIT

Im Gastgewerbe gibt es jährlich 13.000 Betriebsunfälle. In der Bäckerbranche sind es 71 Unfälle auf 1.000 Beschäftigte (1995–2005). Rund 750 Berufsunfälle pro Jahr verursachen Kosten von sieben Millionen Franken. Erfreulich ist, dass die Zahl der Unfälle sinkt.

Böden

Gefährdung

Verletzungen durch Ausgleiten, Stolpern, Stürzen

Mögliche Sicherung

- Rutschhemmende Beläge anbringen, z. B. gerillte, genoppte oder unglasierte Platten, Kunstharz mit eingestreutem Quarzsand
- Böden sauber halten, periodisch reinigen und nach Verschmutzung sofort putzen
- Stolperstellen beseitigen, z. B. Übergänge von einer Bodenart zur anderen (eventuell mit flachen Aluminiumprofilen) abdecken
- Eingelassene Bodenröste im Nassbereich bodeneben verlegen und aufrauen, die Tragfähigkeit den Belastungen anpassen

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

AUSLÄNDISCHE MITARBEITER GUT INTEGRIEREN

Über die Hälfte der Mitarbeitenden im Gastgewerbe sind Ausländer. Zudem ist der Stellenwechsel in unserer Branche gross. Damit die neuen Mitarbeitenden schnell erfolgreich arbeiten, sind die Chefs gefordert.

Wenn die Mitarbeiter zufrieden sind, steigert das die Motivation. Und eine bessere Motivation der Mitarbeiter ist gut für die Firma. Deshalb lohnt sich eine gute Einführung, damit sich alle wohl fühlen.

DAS GÖTTISYSTEM

Der Götti oder die Gotte ist nicht nur für ausländische Mitarbeitende geeignet, sondern für alle. Er oder sie ist Anlaufstelle für den neuen Mitarbeitenden und hilft beispielsweise bei Rechten und Pflichten am Arbeitsplatz

- Einführung in die Sicherheit
- allgemeinen arbeitsrelevanten Umgangsformen
- Die Person kann einem neuen Mitarbeitenden auch ausserhalb des Betriebes helfen. Doch diese Betreuung sollte als Arbeitszeit gelten!
- Wo und wie muss man sich anmelden?
- Wo ist die Post
- Was sind allgemeine Rechte und Pflichten in der Schweiz
- Was sind ungeschriebene Gesetze
- Hilfe bei Wohnungssuche, Krankenkasse etc.

INFORMATION

Den Austausch von Informationen und Erfahrungen ermöglichen. Zum Beispiel:

- eine Wandzeitung einrichten – auch über wichtige ausländische Ereignisse, welche die fremdsprachigen Angestellten interessieren könnten, berichten.

- Vorträge über andere Kulturen und Verhaltensweisen durch Mitarbeitende organisieren, die sich längere Zeit im Ausland aufhalten haben.
- neue Mitarbeitende mit einem kurzen Porträt an der Wandzeitung, in der Mitarbeiterzeitschrift, vorstellen.
- Vorgesetzte dazu anhalten, Informationen persönlich zu überbringen.
- auf die unterschiedlichen Kulturen der Kommunikation achten, um Missverständnisse zu vermeiden.

KEINE DISKRIMINIERUNG ZULASSEN

- Wo Menschen arbeiten, gibt es Probleme. Diese können sowohl zwischen Schweizern als auch zwischen verschiedenen Ethnien auftreten. Da sind die Vorgesetzten gefordert. Sie sind laut Gesetz verpflichtet, Diskriminierung zu verhindern. Sie müssen intervenieren und vermitteln, und wo nötig, auch ein Machtwort sprechen. Das Verständnis zwischen den verschiedenen Kulturen kann man fördern.
- Ausländische Mitarbeiter kochen für andere Mitarbeiter ihre Nationalgerichte.
 - Feiertage verschiedener Länder und Kulturen kommunizieren.
 - Deutschunterricht für fremdsprachige organisieren.
 - Abteilungsmeetings durchführen und Schulungen und Weiterbildungen anbieten.
 - Regelmässig Mitarbeiterfeste, Ausflüge etc. durchführen.

Mario Gsell

BUCHTIPP

JOBSTORYS

Hat der Sommelier Philipp Schwander wirklich seine Nase versichert? Warum ist Hotelier Art Furrer immer noch täglich präsent, obwohl er die Betriebe an seinen Sohn abgegeben hat? Der Journalist und Redaktor Mathias Morgenthaler interviewt über 70 verschiedene Menschen. Vom Angsttherapeuten bis zur Zen-Lehrerin. Dabei zielt er auf die Lebensgeschichte seiner Interviewpartner. Allerdings nicht im Sinn einer Homestory, sondern mehr im Sinn einer Jobstory. Wobei Job nicht ganz das richtige Wort ist: Es müsste einen Begriff geben, der Job, Arbeit und Berufung aufs Mal umfasst. Dass ein solches Wort nicht existiert, ist symptomatisch, und darum sind auch diese Interviews so aufschlussreich: Sie berichten vom ständigen Ringen um Gelderwerb (Job), Aufopferung (Arbeit) und Erfüllung (Berufung). Morgenthaler porträtiert nicht einfach Menschen, die «geschafft» haben. Sie kommen aus allen sozialen Schichten, es gibt unter ihnen Aufsteiger und Absteiger, Quereinsteiger und Aussteiger. In ihren Biografien zeigen sich Risse und Widersprüche. So ermöglichen diese Interviews in ihrer Gesamtheit einen faszinierenden Blick in eine vielschichtige Arbeitswelt.

«Beruf und Berufung»

Zyrtlogge Verlag
von
Mathias Morgenthaler
ISBN
978-3-7296-0811-5
CHF 36.00



AUS- UND WEITERBILDUNG

Das Intensivseminar

GASTRO SUISSE

Der Schweizer Wein-Sommelier®
Kompaktes Weinwissen für GastroProfs

Termine: berufsbegleitend
Level 2: Start Frühling: 13.02.13, Start Herbst: 29.08.13
Level 3: Start Frühling: 25.03.13, Start Herbst: 22.10.13

Weitere Informationen:
GastroSuisse, Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastro Suisse.ch

Séminaire intensif

GASTRO SUISSE

Sommelier suisse de la bière®
La découverte, la dégustation et la présentation attractive de la bière

Format des cours:
en semaine, un jour par semaine
Début de la formation: Lundi 7 octobre 2013

Pour plus d'informations:
GastroSuisse
Av. Général-Guisan 42, 1009 Pully
Tel. 021 721 08 30, www.gastro Suisse.ch

QUALITY Our Passion

GASTRO SUISSE

Qualitätsgütesiegel
Stufe I: Ausbildung zum Qualitäts-Coach

Termine: 5.–6. August 2013, Platten 52
23.–24. September 2013, Winterthur
11. November 2013, Chur

Weitere Informationen:
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastro Suisse.ch

Durchblick

**Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement**



www.hotelieresuisse.ch/nd
Info/Anmeldung: Tel. +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotelieresuisse.ch

hotelieresuisse
Swiss Hotel Association

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von
htr hotel revue

**HOTELLERIE®
GASTRONOMIE ZEITUNG**

HERAUSGEBER
hotelieresuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelieresuisse.ch

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

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

Hotellerie® Gastronomie Verlag

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

LEITUNG
Barbara König
Philipp Bitzer

REDAKTION
Barbara König
Tel. 031 370 42 39
Mario Gsell
Tel. 041 418 24 47

redaktion@stellenprofil.ch
redaktion@immoprofil.ch

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

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

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

VERKAUF
Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42

Fax 031 370 42 23
inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE
Stellenanzeigen
Millimeter-Tarif
s/w CHF 1.80
4-farbig CHF 2.35
Kaderubrik Stellen
s/w CHF 2.05
4-farbig CHF 2.57

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

Aus- und Weiterbildung

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

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

Die Immobilienanzeigen werden automa-
tisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00
während einem Monat auf www.htr.ch/
immobilien aufgeschaltet. Falls keine Auf-
schaltung gewünscht wird, muss dies bei
der Auftragserteilung mitgeteilt werden.
Die genauen Konditionen sind unter
www.stellenprofil.ch resp.
www.immoprofil.ch abrufbar

ANZEIGENSCHLUSS
Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG
Natalie Schmid (Art Direction)
Ursula Erni-Leupi
grafilu (Illustrationen)

PRODUKTION
Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

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

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION
Ringier Print Adligenswil AG,
6043 Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE
Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE
Reguläre Auflage 40.000 Ex.
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom
15.8., 29.8., 28.11., 12.12.)
Bei Kleinauflagen gelten reduzierte Preise.

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

SCHWEIZER MEDIEN



DASS GUTE WERBUNG OHNE VIEL TAMTAM FUNKTIONIERT, KANN NUR EINE DEMONSTRATION BEWEISEN: FALTEN SIE DIESES INSERAT.



Einfach A auf B falten.



Nur ein Inserat kann in Ruhe angesehen werden. Wann, wo und so oft man will. Dieses Inserat macht Werbung für Werbung in Zeitungen und Zeitschriften. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN schreibt dazu jedes Jahr einen Wettbewerb für junge Kreative aus. Kreiert wurde diese Anzeige von Dominic Beyeler, Maxmedia. www.Das-kann-nur-ein-inserat.ch

SCHWEIZER MEDIEN
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA

SWISS SKYLINE
EIGER · MÖNCH · JUNGFRAU

Schilthorn
Piz Gloria

Suchen Sie eine neue Herausforderung?

Das 360°-Restaurant Piz Gloria auf 2970 m.ü.M. wurde 1969 als erstes Drehrestaurant in den Bergen eröffnet. Mit über 400 Innensitzplätzen und einer attraktiven und abwechslungsreichen Menükarte bewirten wir unsere internationalen Gäste aus allen Erdteilen.

Per 1. Dezember 2013 suchen wir

Küchenchef Piz Gloria

(m/w) Dauerstelle 100%

Ihre Aufgaben:

- Fachliche und organisatorische Führung der Küche und des Küchenteams
- Weiterentwicklung von Konzepten und Angeboten für Gruppengäste und Banketts
- Menüplanung
- Optimaler Einkauf und Sicherstellung einer vorgegebenen Warenrendite
- Durchsetzen der Hygienevorschriften

Ihr Profil:

- Kochausbildung, Gastronomie Koch wünschenswert
- Ausgewiesene Führungserfahrung in ähnlicher Funktion
- Kommunikativer Motivator und Förderer unserer Mitarbeitenden
- Betriebswirtschaftliches Denken und Handeln
- Organisationstalent mit Durchsetzungsvermögen

Wir bieten:

- Verantwortungsvolle und selbstständige Tätigkeit
- Zeitgemässe Anstellungsbedingungen in einer Jahresstelle
- Attraktiver modern ausgestatteter Arbeitsplatz

Senden Sie Ihr komplettes Bewerbungsportfolio mit Foto an:

SCHILTHORNBAHN AG

Sabine Dietrich, Höhweg 2, CH-3800 Interlaken
sabinedietrich@schilthorn.ch / www.schilthorn.ch

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Thorsten Uffmann gerne zur Verfügung. (Tel. 033 856 21 56)

27736-10305

Projektleiter/in & Akquisition

„Interessante und vielseitige Aufgaben.“

Weitere Jobs unter www.migros.ch

Zählen Sie die Akquisitionsfähigkeit zu Ihren Stärken? In dieser Funktion können Sie Ihr Talent unter Beweis stellen, indem Sie Teil eines dynamischen und motivierten Teams werden und uns beim Erreichen der ambitionierten Wachstumsziele unterstützen.

Projektleiter/in & Akquisition Gemeinschaftsgastronomie, Gossau SG

Ihr Aufgabengebiet

Die Schwerpunkte Ihres Aufgabengebietes umfassen Marktanalysen, Kundenakquise sowie aktiver Verkauf unserer Konzeptionen im Bereich der Gemeinschaftsgastronomie. Sie erstellen kundenspezifische Offerten und unterstützen in den Verhandlungen sowie bei den Vertragsabwicklungen. Sie arbeiten aktiv in der Vorbereitungs- und Hochlaufphase der neuen Betriebe mit und unterstützen die Betriebsleitung im gesamten Implementierungsprozess. Laufend überprüfen Sie die von der Expansionsabteilung vorgeschlagenen Standorte und führen detaillierte Umfeldanalysen und Machbarkeitsabklärungen durch. Ausserdem zeichnen Sie sich für die Erstellung und Pflege der Verkaufsdokumentationen verantwortlich und überprüfen gemeinsam mit Ihrem Vorgesetzten die strategischen Vorgaben.

Unsere Anforderungen

- Fundierte Ausbildung in der Gastronomie mit einem eidg. Fachausweis oder höherer Fachprüfung bspw. GZ, G3, Hotelfachschule etc.
- Weiterbildung im Bereich Verkauf oder mehrjährige Berufserfahrung in einem ähnlichen Bereich
- Berufserfahrung in gleicher/ähnlicher Funktion erwünscht
- Branchenspezifisches Netzwerk von Vorteil
- Sehr gute analytische, betriebswirtschaftliche und konzeptionelle Fähigkeiten
- Überzeugendes und begeisterungsfähiges Auftreten
- Verhandlungssicherheit
- Hohe Selbstständigkeit und grosser Einsatzwille sowie Innovativität
- Teamfähigkeit, Flexibilität und Belastbarkeit
- Sehr gute MS Office-Kenntnisse

Wir bieten

Die Migros bietet attraktive Arbeits- und Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann können wir Ihnen ein verantwortungsvolles, vielseitiges und dynamisches Tätigkeitsfeld mit interessanten Projekten sowie persönliche und berufliche Weiterentwicklung bieten.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Roland Wehrli, Leiter Verkaufsgastronomie, unter Telefon 079 669 27 25 gerne zur Verfügung.

Gerne erwarten wir Ihre vollständige Online-Bewerbung unter www.migros.ch/stellen.

Genossenschaft Migros Ostschweiz
Cornelia Willi, HR Beraterin

MIGROS

27730-10301



FRAPOLLI

Hotel-Restaurants,
Golfrestaurant & Catering
SOMMERAU-TICINO
Dietikon-Zürich
sucht per sofort o. n.
Vereinbarung einen
erfahrenen, starken

Sous-Chef 100%

Eine nicht alltägliche, z. T. mediterrane, kreative Karte, individuelle Bankette und Catering-Services von 10 bis 10 000 Gästen (z. B. Partner von Fifa) fordern einiges und bringen viel Erfreuliches. Sie sind Stv. des Küchenchefs, arbeiten operativ, sind der Administrator und Lehrlingsbetreuer, dies in einer jungen, engagierten Brigade. Sie kaufen ein, führen mit natürlicher Autorität und Herz. Sie sind an einem längerfristigen Engagement in einem zukunftsorientierten Unternehmen interessiert, sind ein Teamplayer? Geboten wird nebst guten finanziellen Konditionen ein attraktiver, intensiver, sehr moderner Arbeitsplatz in einem Betrieb mit 170 Betten, vier Restaurants, Bar, Seminarräumen, grossem Catering-Service und einem Golfrestaurant.

Interessiert?

Dann bewerben Sie sich bei:

FRAPOLLI BETRIEBE AG, Frau A. Rose
admin@sommerau-ticino.ch
Hotel-Restaurants Sommerau-Ticino
Zürcherstrasse 72, CH-8953 Dietikon-Zürich
www.sommerau-ticino.ch

27738-10319

RESTAURANT EGGHÖLZLI

Unser Betrieb besteht aus einem gut frequentierten öffentlichen Restaurant mit Terrasse, Atrium und einem Speisesaal, in dem die BewohnerInnen der Senioren-Appartements Egghölzli mittags verpflegt und abends Bankette durchgeführt werden.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Servicemitarbeiter/in

für flexible Arbeitseinsätze, auch an Wochenenden. Sie bringen Erfahrung im à la Carte-Service mit, haben Freude ältere Menschen zu bedienen, sind ausgeglichen und schätzen einen zuvorkommenden, freundlichen Service. Sie arbeiten gerne im Team, bewahren auch in hektischen Situationen Ruhe und verwöhnen die Gäste dennoch speditiv und professionell.

Wir freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen! Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:

Restaurant Egghölzli
Frau Julia Fernandez, Restaurationsleiterin
Weltpoststrasse 16, 3015 Bern
www.egghoelzli.ch, info@egghoelzli.ch

27743-10328

SVIZZERA ITALIANA



**CONTINENTAL
PARKHOTEL
LUGANO**

www.continentalparkhotel.ch

Zur Ergänzung unseres Teams
bieten wir ab sofort
folgende Arbeitsstelle an:

**FRONT OFFICE
Mitarbeiter/in**

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

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

27085-1045

Arosa

Für unser 3-Sterne-Hotel mit 32 Betten suchen wir für die kommende Wintersaison ab Mitte Dezember 2013 bis zum 10. April 2014 folgende aufgestellte Mitarbeiter:

- **Allrounderin für Service und Etage**
(Muttersprache Deutsch)
- **Zimmerfrau für Etage, Lingerie, allgemeine Reinigungsarbeiten**

Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Claudia Beerli
Hotel Belri AG
7050 Arosa
belri@bluewin.ch / www.belri.ch

27731-10322

Wir suchen
Pächter/Pächterpaar für

Gourmetrestaurant KunstHof

im Zentrum von Uznach SG

Das für seine exquisite Küche bekannte Restaurant KunstHof verfügt über 60–80 Sitzplätze und ein Gartenrestaurant mit 50 Sitzplätzen. Weiter gehören 42 Parkplätze dazu. Das Restaurant befindet sich an optimaler Verkehrslage.

Wir suchen einen initiativen Pächter, der den Anforderungen und dem Stil des KunstHofs gerecht wird und über die notwendige Ausbildung und Berufserfahrung verfügt.

Nähere Informationen finden Sie auf unserer Webseite.

www.kunsthofag.ch

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:
KunstHof AG, Zübli 24, 8730 Uznach, Tel. 055 285 84 50

27734-10326

hotellerieuisse vertritt als Unternehmerverband die Interessen der national und international ausgerichteten Hotelbetriebe. Als Kompetenzzentrum ist der Verband für die Führung von fünf Schulhotels in der Schweiz verantwortlich. Das Schulhotel Regina in Matten bei Interlaken bietet interkantonale Fachkurse für den Berufsschulunterricht im Hauswirtschaftsbereich der Hotellerie an.



Für den Internatsbetrieb mit bis zu 150 Lernenden suche wir per 1. Januar 2014 eine/n erfahrene/n

Küchenchef/-in

Ihre Aufgaben

- Sie übernehmen die Verantwortung über den gesamten Küchenbereich
- Sie sind zuständig für die Führung und Schulung der drei Küchenmitarbeitenden
- Sie kreieren zusammen mit Ihrem Team abwechslungsreiche und saisonale Gerichte
- Sie sind eine offene und teamfähige Persönlichkeit, mit Freude am Umgang mit jungen Menschen

Wir bieten Ihnen ein interessantes und abwechslungsreiches Arbeitsumfeld, geregelte Arbeitszeiten und Freiraum für Ideen und Kreativität.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung bis am 30. August 2013. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Ruedi Lüdi, Internatsleiter, Tel. 033 826 01 20 oder ruedi.luedi@hotellerieuisse.ch zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

hotellerieuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.
Schulhotel Regina
Ruedi Lüdi
Hubelweg 2
3800 Matten b. Interlaken
ruedi.luedi@hotellerieuisse.ch
www.hotellerieuisse.ch

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association
Schulhotels

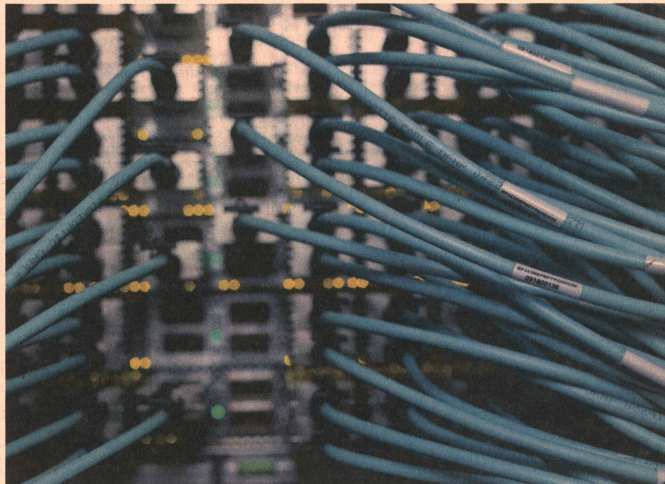
27748-10331

Mehr als 2000 Lehrstellen finden Sie unter

www.hoteljob.ch

Als Arbeitgeber können Sie Lehrstellen und Praktikumsstellen kostenlos unter www.hoteljob.ch publizieren.

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



KEYSTONE

QUO VADIS, ETHERNET?

Was Claude Shannon (1916–2001) als Shannon-Hartly-Gesetz postulierte, wird nun zum Problem der Highspeed-Übertragung bei den neuen 40GBase-T-Verkabelungen. Blaues Rauschen und höhere Bandbreite führen zu Überlegungen, welche die bis heute in der Normierung gemachten Aussagen in Frage stellen. Für die Übertragung von 40GBase-T müsste eine Bandbreite von 2000 MHz vorgesehen werden. Das ist eine enorm hohe Hürde. Die Verkabelung über Twisted Pair startete 1990 mit 10Base-T und 2006 kam 10GBase-T auf den Markt.

Was nötig und was sinnvoll ist

Ist denn ein 40-Gbit-Ethernet überhaupt nötig und sinnvoll? Die Implementierung von 10-Gbit-Ethernet ist bis heute in Büroumgebungen noch nicht erfolgt. Die Verkabelung wird zwar für 10-Gbit-Ethernet ausgelegt, betrieben werden die Netze jedoch zu 90 % noch mit 1-Gbit-Ethernet. In Rechenzentren ist der Bedarf an Bandbreite jedoch ungeheuer. Mit Glas ist 40GBase-T kein Problem, hingegen wären für Kupferkabel neue Stecker nötig. Es stellen sich die Fragen: Lassen sich 40 Gbit/s weiter

über 100 m Kupfer übertragen? Reichen die bekannten Kabel- und Steckernormen aus oder wird es neue Definitionen und Produkte geben? Wo wird die Grenzfrequenz liegen? Wenn nur Techniker in den Normungsgremien etwas zu sagen hätten, wäre eine Lösung schnell gefunden. Weil aber viel Politik im Spiel ist, wird es schwierig. Die Unterstützung von 100 m gilt bei heutigem Stand der Technik als zu kompliziert. Mehrere Untersuchungen haben ergeben, dass in Rechenzentren weit geringere Reichweiten ausreichen und daher eine Reduzierung auf 25 m oder 50 m praxistauglich ist. Ausserdem führt jeder eingesparte Meter zu einer Reduzierung der Energiekosten. Die Techniker erwarten ungefähr eine Verdoppelung der Energiekosten pro weiteren 12 m Kabellänge. Bezüglich der einzusetzenden Frequenzen sind derzeit verschiedene Werte zwischen 800 MHz, 1600 MHz und 2000 MHz im Gespräch. Höhere Frequenzen erlauben eine einfachere Kodierung, bedingen jedoch einen erheblichen Mehraufwand an Netzwerktechnik (Kabel und Steckersystem). Höhere Frequenzen bedeuten auch höhere Dämpfung und mehr Stromverbrauch sowie grössere Störanfälligkeit. Tie-

fere Frequenzen benötigen höhere Kompressionen, bringen dadurch eine massiv höhere Störanfälligkeit mit sich und erfordern zudem teure und komplexere Transceiver. Die Experten der ISO/IEC, dem internationalen Gremium für Verkabelung, arbeiten an einer Studie, um der IEEE die Wahl des geeigneten Kabelmediums zu vereinfachen. Vereinfacht lässt sich festhalten: Eine Kat.-7A-Verkabelung benötigt bei 1600 MHz keine Kompression, dafür einen hohen Hardwareaufwand. Eine Verkabelung nach Kat.-6A verlangt einen mittleren Kompressionsaufwand und bestehende Kabel- und Steckertechnik wäre möglich.



Walter Affentranger
Leiter Technik & Entwicklung
BKS Kabel-Service AG
www.bks.ch

Ortsbürgergemeinde Baden

Auf den 1. April 2014 wird das
Restaurant Baldegg Baden
zur **Neuvermietung** ausgeschrieben.

Die Liegenschaft liegt an erhöhter, sehr schöner Lage am Stadtrand von Baden und ist ein beliebtes, viel besuchtes Ausflugsziel mit Autozufahrt und direkter Busverbindung zum Stadtzentrum Baden. Das Restaurant wurde 2009 komplett renoviert und umfasst in Gaststube und Speisesälen rund 170 bis 200 Plätze sowie in der Gartenwirtschaft 200 bis 250 Plätze mit attraktivem Kinderspielfeld. 6-Zimmer-Wirtswohnung und vier Angestelltenzimmer im Haus. Ein grosser Parkplatz ist vorhanden. Einem erfahrenen Wirt bietet sich hier die Gelegenheit, eine erfolgreiche Existenz mit interessanter Stammschaft aus allen Bevölkerungsschichten aufzubauen. Siehe auch im Internet unter www.baldegg.ch. Interessenten erhalten Auskunft bzw. wollen ihre Bewerbung bis am 16. September 2013 schriftlich richten an die Liegenschaftsverwaltung der Ortsbürgergemeinde Baden, p. A. Sepp Wenzinger Immobilienverhandlung, Steinstrasse 20a, 5406 Baden-Rüthof (Telefon 056 470 21 71).

27417-10025

Junges und engagiertes Hotelier-Paar
sucht Hotel Garni zur Pacht im Zentrum
von Zürich.
Zuschriften bitte unter Chiffre 27747-
10332, htr hotelrevue, Monbijoustrasse
130, 3001 Bern.

27747-10332

Zu verkaufen in einer der führenden
Schweizer Sommer- und Winterdestina-
tionen

****S-Hotelbetrieb

Zeitgemäss unterhalten sowie stabile,
überdurchschnittliche Betriebsergebnisse.
Mehr als 20 Jahre Goodwill sowie grosszü-
gige Bodenreserve zum Bau von bewirt-
schafteten Zweitwohnungen (kompatibel
mit der Zweitwohnungsinitiative). Bestens
geeignet für Immobiliengesellschaft oder
Kettenhotellerie. Es werden nur seriöse An-
fragen beantwortet.

Chiffre 27733-10323, htr hotelrevue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern.

27733-10323

HESSER

Unternehmensberatung

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen –
vermieten – für bessere Wirtschaft-
lichkeit zu reorganisieren – oder
suchen Sie einen Betrieb – wir sind die
Drehzscheibe für interessante Hotels
und Restaurants

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

26968-10076

Erfolgreiches Guesthouse **** Nähe Kapstadt zu verkaufen

– 12 000 m² gepflegte Gartenanlage mit unverbaubarer
Meersicht und traumhaften Sonnenuntergängen
– 5 Doppelzimmer, 1 Suite, 1 sep. Wohnhaus mit
4 Zimmern

Interessiert? Kontaktaufnahme und Details über
<http://www.guesthouse-somersetwest.co.za>

27881-10300

GASTROJOB.ch



Die Stellenplattform
für Hotellerie,
Gastronomie und
Tourismus

**JETZT
BUCHEN**