

Objekttyp: **Issue**

Zeitschrift: **HTR Hotel-Revue**

Band (Jahr): - **(2013)**

Heft 43

PDF erstellt am: **22.09.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Avec cahier français



Sneesport

Ueli Stückelberger, Direktor von Seilbahnen Schweiz will, dass Jugendliche wieder öfter auf die Skipisten gehen.

Seite 3

Solothurn

Die neue Bahn auf den Weissenstein erhöht die Attraktivität Solothurns als Tourismusregion.

Die Zukunft des Kurhauses auf dem Solothurner Hausberg bleibt aber ungewiss.

Seite 5

Gourmets

Frohe Kunde für die Besucher des St. Moritz Gourmet Festivals 2014. Die Arrangements rund um das Festival sind noch attraktiver.

Seite 19

Suurchabis

Sauerkraut bringt man vorschnell mit Wurst und Rippli in Verbindung. Neue Rezepturen ermöglichen verblüffende Variationen.

Seite 20

Inhalt

Table with 2 columns: Content, Page numbers

Vernehmlassungsergebnisse zum Zweitwohnungsgesetz

Nun wird gefeilscht

Kernanliegen der Hotellerie sind umstritten. Das zeigt eine Auswertung der Vernehmlassung.

Theres Lagler

Seit dem Wochenende liegen alle Stellungnahmen zum neuen Zweitwohnungsgesetz vor. Die bürgerlichen Parteien stützen die Anliegen der Tourismusbranche. Widerstand kündigen SP und Grüne an. Sie akzeptieren zwar, dass künftig auch in Gemeinden mit einem Zweitwohnungsanteil von über 20 Prozent neue bewirtschaftete Wohnungen in strukturierten Beherbergungsbetrieben möglich sind. Sie stellen sich aber dezidiert gegen die Umnutzung alter, unrentabler Hotels in Zweitwohnungen. Die SP will das ganze Gesetz ablehnen, wenn dieser Artikel nicht gestrichen wird. Querfinanzierungen von Hotel-

projekten durch Zweitwohnungen erachten mittlerweile auch die Rot-Grünen als notwendig. Allerdings wollen sie diese an zusätzliche Bedingungen knüpfen. Diese Reaktionen seien zu erwarten gewesen, hält Monika Güntensperger, Leiterin Wirtschaftspolitik von hotellerieuisse, fest. Seite 2

Weltmeisterschaft der Chocolatiers in Paris

Schweizer will den Pokal



David Pasquet trainiert seit drei Monaten, um als Schweizer Vertreter in Paris Chocolatier-Weltmeister zu werden. Seite 7

Nendaz

Aufwertung durch Hotel «4 Vallées»

Am 7. Dezember soll in Nendaz das von der BOAS-Gruppe betriebene 4-Sterne-Superior-Hotel «4 Vallées» eröffnen. Die Verantwortlichen erwarten, dass der Komplex Mer de Glace, zu welchem auch 60 Apartments mit Hotelservice gehören, jährlich rund 100 000 Logiernächte generiert. dst/mh Seite 10

Logiernächte im Aufwind

Stadt Bern peilt die Million an

Im letzten Jahrzehnt hat die Stadt Bern ihre Logiernächtezahl um fast die Hälfte gesteigert. Heuer dürfte sie erstmals über 700 000 liegen. Tourismusdirektor Markus Lergier spricht von einer Erfolgsstory, die bis in zehn Jahren über die Millionengrenze führen solle.

Allerdings: Die meisten anderen grossen Städte haben auch



Der Kursaal fördert das Tourismus-Wachstum in Bern. zvg

zugelegt. Bern hat nur gegenüber der Stadt Lausanne aufgeholt und liegt mit ihr sowie Interlaken praktisch gleichauf. Reicht dies der Hauptstadt? Es ist auch eine Frage des Anspruchs, ob die Berner Erfolgsstory bereits geschrieben worden oder noch zu schreiben ist. axg «fokus», Seite 11 bis 13

Kommentar

Wandern durch eine schöne, aber unbelebte Landschaft



Gery Nievergelt

Was suchen die Touristen von morgen? Das wird sich so einfach nie beantworten lassen. Doch es gibt globale Trends, etwa den Ökotourismus. Immer mehr Touristen suchen das authentische Naturerlebnis - und sind bereit, dafür zu zahlen. So gab es etwa US-Bürger laut dem «Spiegel» 2006 mehr als 45 Milliarden Dollar für das «Wildlife Watching» aus.

Das deutsche Nachrichtenmagazin widmet dem Thema eine lezenswerte Geschichte über die Realisierung des Projekts «Rewilding Europe». In Spanien, Deutschland und Osteuropa werden derzeit ganze Regionen wieder in Wildnis verwandelt; Wildpferde, Wisente oder Seeadler sollen zurückkehren und Touristen anlocken.

Für derlei Projekte ist es in der Schweiz zu eng. Aber an Tierwelt fehlt es auch hier. Wir sind stolz auf unsere Naturschönheiten - und wandern durch eine nahezu unbelebte Kulissenlandschaft.

Ich war kürzlich in Mecklenburg-Vorpommern, das bei Schweizern als Reiseland schwer angesagt ist. Der Grund: Das Naturerlebnis - und zwar in echt! Unvergesslich die Freude von Kindern, die auf Rügen aufgeschuchte Feldhasen entdecken!

Die Biodiversität muss auch im Alpenraum gefördert werden. Das ist mehr als ein naturschützerisches Anliegen. Doch leider wird der Wert von Artenvielfalt gerade mit Blick auf eine nachhaltige touristische Entwicklung von Touristkern selbst noch immer enorm unterschätzt.

Täglich aktuell:

www.htr.ch

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



ANZEIGE

Advertisement for KASTLISTOREN featuring SUN TOP 3100 and KASTLI & Co. AG

Advertisement for Dialock Hotels featuring HAFELE products and documentation

Advertisement for rovida OBJECTS featuring a woman and the website www.rovida.ch

Advertisement for Miele Professional featuring a washing machine and dryer

Aus der Region

Ostschweiz

Profitiert Schaffhausen von Asiens Boom?

Der 6. Schaffhauser Tourismustag steht unter dem Motto «Be-flügelt Asien unseren Tourismus?» Er findet am 11. November in der Kammgarn Schaffhausen statt. Zusammen mit Fachleuten und Praktikern wird in Referaten und einer Podiumsdiskussion versucht, Fragen im Zusammenhang mit dem Quellmarkt Asien zu beantworten.

www.schaffhauserland.ch

Mittelland

Ferienhäuser auf der St. Petersinsel nicht auf ewig



Im Falle einer Zerstörung, etwa durch Brand oder Überflutung dürfen Ferienhäuser auf der St. Petersinsel im Bielensee definitiv nicht wieder aufgebaut werden. Das Bundesgericht hat die Beschwerde von Eigentümern abgewiesen und den Entscheid des Kantons bestätigt. Ab den 1930er-Jahren entstanden am Südufer der St. Petersinsel rechtmässig Ferienhäuser. In den 1960er-Jahren wurde die Insel unter Schutz gestellt.

Berner Oberland

Saaneland lanciert Innovationspreise

Eine Arbeitsgruppe von Gstaad 2020 plus hat den «Prix de Gessenay - Innovationspreis Saaneland» ins Leben gerufen. Mit der Verleihung des Preises sollen gute Ideen und innovative Projekte in der Region ausgezeichnet werden. Mitmachen kann jeder, Privatpersonen, Vereine, Firmen, Schulen und sonstige Gruppierungen aus dem Saaneland und den angrenzenden Gebieten. Ab sofort können Projekte eingereicht werden. Eingabeschluss ist der 31. Januar 2014.

www.prixdegessenay.ch

Parkplätze in Zweisimmen weiterhin gratis



In Zweisimmen sollen die Parkplätze weiterhin nicht bewirtschaftet werden. Gemäss «Berner Oberländer» hat die Gemeindeversammlung die Einführung einer Parkplatzbewirtschaftung mit 82 zu 37 Stimmen abgelehnt. Zu diesem Entscheid hätten befürchtete negative Auswirkungen für Landwirtschaft, Gewerbe und Tourismus geführt. Zudem würde das Vereinsleben erschwert. Bereits 1994 und 2000 hatten die Zweisimmener eine Parkplatzbewirtschaftung abgelehnt. dst

# Hotellerie muss bangen

Die Bürgerlichen wollen die Umnutzung von Hotels in Zweitwohnungen weiter ermöglichen. SP und Grüne lehnen dies ab. Das Zweitwohnungsgesetz wird zur Zitterpartie.

Theres Lagler

Die Positionen sind allesamt bezogen: Am Wochenende ist die Vernehmlassungsfrist zum Bundesgesetz und zur Verordnung über die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative zu Ende gegangen. Eine Auswertung der Antworten zeigt, dass sich bei den Parteien ein Links-rechts-Graben aufbaut. Während die bürgerlichen Parteien die Anliegen der Tourismusbranche wohlwollend aufnehmen, kündigen SP, Grüne und Grünliberale Widerstand an. «Wir erachten die Artikel 7, 9 und 12 als Schicksalsartikel, die über die Akzeptanz der ganzen Vorlage entscheiden werden», betont die SP. Bei Artikel 7 geht es um drei Kategorien von neuen Zweitwohnungen, die weiterhin möglich sein sollen. Artikel 9 fasst sich mit der Quersubventionierung und der Umnutzung von Hotels, Artikel 12 schliesslich mit der Umnutzung von altrechtlichen Wohnungen.

Umstritten ist nur eine Kategorie von neuen Zweitwohnungen. Doch nun im Detail. Das Zweitwohnungsgesetz schlägt vor, in Gemeinden mit einem Zweitwohnungsanteil von über 20 Prozent nur noch drei Kategorien von Zweitwohnungen zu bewilligen: Wohnungen, die im selben



Eine Frage des Masses: Baukräne als Zeichen reger Bautätigkeit.

Pixelio

Haus liegen, in dem der Eigentümer seinen Hauptwohnsitz hat (Einliegerwohnungen), Wohnungen, die im Rahmen eines strukturierten Beherbergungsbetriebs (Hotels, Residenzen, Feriendörfer) bewirtschaftet werden sowie Wohnungen, die auf einer auf den

internationalen Markt ausgerichteten, kommerziellen Vertriebsplattform angeboten werden. Die letzte Kategorie will die SP streichen. «Das Anbieten auf einer kommerziellen Vertriebsplattform verhindert nicht, dass Zweitwohnungen gebaut werden,

für die es keine Nachfrage gibt. Sie konkurrenzieren lediglich das bestehende Angebot.» CVP und BDP hingegen wollen die Latte weniger hoch ansetzen. Sie wundert sich, weshalb die Vertriebsplattform auf den internationalen Markt ausgerichtet sein soll. Ein Grossteil der Gäste in den Zweitwohnungen seien schliesslich Schweizer. Diese unterschiedlichen Ansichten dürften im Parlament für Diskussionen sorgen.

gegen. Ein Marktaustritt unrentabler Betriebe sei auch durch Umnutzung in Erstwohnungen, öffentliche Einrichtungen oder Abriss möglich. Diskussionsbereiter zeigen sich die rot-grünen Parteien, was die Querfinanzierung von Hotelprojekten durch den Verkauf von Zweitwohnungen angeht. Sie haben erkannt, dass viele Vorhaben nur so realisierbar sind, möchten aber zusätzliche Vorschriften einbauen. So verlangen die Grünliberalen, dass Zweitwohnungen baulich im Beherbergungsbetrieb integriert sein müssen. Es dürfe zu keiner Landbeanspruchung durch Neubauten kommen, da sonst der Verfassungsartikel missachtet werde. Weniger relevant für die Branche ist der Disput um die altrechtlichen Wohnungen. Die Bürgerlichen können sich mit ihrer Mehrheit im Parlament theoretisch überall durchsetzen, provozieren damit aber möglicherweise ein Referendum (siehe Box). Fragt sich, wo die Spielmasse für Kompromisse liegt.

## Gesetz Konsenssuche dauert

Zur Gewährleistung der Rechtssicherheit ist es essenziell, dass das Zweitwohnungsgesetz und die Verordnung so rasch wie möglich in Kraft treten können.» Das schreibt der Unternehmerverband hotellerieuisse in seiner Stellungnahme. Doch rasch wird es wohl kaum gehen. Das Zweitwohnungsgesetz kann frühestens 2016 in Kraft gesetzt werden. Kenner der Vorlage gehen allerdings davon aus, dass es 2017 oder 2018 wird - zumal bereits eine Referendumsdro-

hung im Raum steht. «Der lange Zeithorizont, der sich abzeichnet, ist problematisch», hält denn auch Monika Güntensperger, Leiterin Wirtschaftspolitik von hotellerieuisse, fest. «Wichtig ist deshalb, dass wir uns in der Zwischenzeit zuverlässig auf die geltende Übergangsverordnung stützen können.» Diese enthält allerdings nicht alle Forderungen der Hotellerie. Sie ermöglicht zwar die Umnutzung von Hotels, die 25 Jahre in Betrieb waren und nicht mehr rentabel zu bewirtschaften sind. Sie

sieht aber keine Querfinanzierung von Hotelprojekten durch Zweitwohnungen vor. Im Gesetzgebungsprozess räumen jedoch sogar SP und Grüne ein, dass gewisse Ausbauvorhaben nur über Querfinanzierungen realisierbar sind. Grund für den Sinneswandel dürfte eine Studie von BHP Hanser und Partner sein, die im Februar aufzeigte, dass in den letzten Jahren 15 bis 30 Prozent des Investitionsvolumens in der Branche durch den Verkauf von Zweitwohnungen finanziert wurden.

### Hickhack um die Zukunft unrentabler Hotelbetriebe

Vorprogrammiert sind diese auch bei einem Kernanliegen der Hotellerie - der kompletten Umnutzung unrentabler Betriebe in Zweitwohnungen. Grundsätzlich soll dies möglich sein bei Hotels, die 25 Jahre in Betrieb waren und nachweislich nicht mehr rentabel geführt werden können. Die bürgerlichen Parteien begrüssen dieses Vorgehen, um den Strukturwandel weiterhin zu ermöglichen. SP, Grüne und Grünliberale stellen sich jedoch dezidiert da-

## Grösstes zusammenhängendes Skigebiet Graubündens bald bereit

Die Lenzerheide Bergbahnen nehmen Mitte Dezember erste neue Sesselbahnen in Betrieb.

An der Generalversammlung der Lenzerheide Bergbahnen AG (LBB) standen die Informationen zum Grossprojekt Arosa-Lenzerheide im Zentrum. Sicher sei, so wurde erklärt, dass die beiden neuen Sesselbahnen zwischen Heimberg - Motta - Urdenfurgli am 14. Dezember 2013 den Betrieb aufnehmen würden. Ebenso das neue Bergrestaurant Scharmoir. Noch kein Eröffnungsdatum steht für die Verbindungsbahn fest. Doch CEO Thomas Hunziker ist überzeugt: «Die Chancen für eine Inbetriebnahme über die Festtage sind intak.» Die Messlatte sei hoch angesetzt,

die Bauzeit für die verschiedenen Bauprojekte äusserst knapp. Doch «wer nichts wagt, gewinnt nichts», so Hunziker weiter. Mit der Skigebietsverbindung Arosa-Lenzerheide entsteht auf kommende Wintersaison das grösste zusammenhängende Skigebiet Graubündens. Als nächstes wesentliches Puzzle-Teil gelte die Ost-West-Verbindung, welche sich im Planungsverfahren befindet, wurde an der GV weiter ausgeführt. Die LBB ist zuversichtlich, die Ost-West-Verbindung auf die Wintersaison 2014/15 verwirklichen zu können. dst

## Premiere am Murtensee

Die Nebengebäude des am 27. Oktober schliessenden Hotels Le Vieux Manoir gehören als erste Villa in der Schweiz zu Relais & Châteaux.

Nun ist es offiziell: Franz W. Faeh wird mit seinem Team die beiden Wohneinheiten «Glasdiamant» (Baumhaus) sowie das 4-Zimmer-Seehaus weiter führen (die htr berichtete am 19. September darüber). Ebenso wird Faeh Gastgeber im Restaurant «La Pinte du Vieux Manoir» sein. «Wir freuen uns, weiterhin zur exklusiven Vereinigung Relais & Châteaux zu gehören und als

erste Villa in der Schweiz dabei zu sein, fasst Franz W. Faeh die neue Ausrichtung zusammen.

Für das Baumhaus-Zimmer, den «Glasdiamant», und das private «Seehaus» ist in einer Woche Saisonende. Pünktlich zum Valentinstag, am 14. Februar 2014, sollen die beiden Übernachtungsmöglichkeiten wieder öffnen. Weiterhin kei-

ne neuen Informationen gibt es von Martin und Judith Müller-Opprecht, Eigentümer des Hotel Le Vieux Manoir, zu ihren Hotelplänen. Aber gerade die Zukunft

«Wir freuen uns, als erste Villa in der Schweiz bei Relais & Châteaux zu sein.»

Franz W. Faeh  
Maitre de Maison

Meyriez und der Kanton bereit sind, den Hotelleigentümern entgegenzukommen, üben sich diese in Stillschweigen (siehe htr vom 3.10.). dst



«Zu Recht wird hinterfragt, ob im Winter alle dasselbe anbieten müssen.»

Ueli Stückelberger  
Direktor Seilbahnen Schweiz SBS

Ueli Stückelberger, Direktor Seilbahnen Schweiz, ist es ein grosses Anliegen, dass Kinder und Jugendliche in Zukunft wieder mehr Schneesport betreiben.

Alain D. Bollat

# «Bitte mehr Schneesport!»

Mehr Leute auf die Skipisten! Direktor Ueli Stückelberger erläutert die Strategie und Massnahmen von Seilbahn Schweiz, mit denen der Schweizer Schneesport gefördert werden soll.

DANIEL STAMPLI

**Anstrengungen unternommen, um den Nachwuchs zum Wintersport zu animieren, mit wenig Erfolg. Gibt es dafür kein Rezept?**

Ich möchte nicht von wenig Erfolg sprechen. Ohne die bereits getroffenen Massnahmen wäre die Lage dramatischer. Diese Erkenntnis gibt es nicht nur bei den Bergbahnen, sondern auch bei den anderen Tourismus-Organisationen wie Swiss Snowsports, Swiss-Ski und hotellerisuisse. Für mich entscheidend ist, dass nun auch das Seco und das Bundesamt für Sport (Baspo) die Notwendigkeit von besonderen Massnahmen erkannt haben.

**Aber was geschieht konkret?**

Ende Oktober wird ein zweitägiger Workshop «Schneesportoffensive» von Seco und Baspo in enger Zusammenarbeit mit Seilbahnen Schweiz und dem STV stattfinden. Es geht darum, die einzelnen vorhandenen guten Massnahmen in einem breiten Kreis zu besprechen und zu koordinieren. Es soll geklärt werden, welche Massnahmen die effektivsten sind, damit wieder mehr Kinder und Jugendliche Zugang zum Schneesport bekommen. Ziel ist es, eine Breitenwirkung zu erzielen. Zuversichtlich stimmt mich die Freude der Jugendlichen: Wenn sie Zugang zum Schneesport erhalten, machen dies die meisten sehr gerne.

## Zur Person Träger von zwei Direktorenhüten

Ueli Stückelberger (44) ist seit März 2011 Direktor von Seilbahnen Schweiz (SBS) und des Verbandes öffentlicher Verkehr (VÖV). Zuvor war der studierte Jurist und Führerschein Chef der Abteilung Politik im Bundesamt für Verkehr BAV. Verbunden mit seiner Stelle als Direktor SBS und VÖV hat Stückelberger Einsitz in verschiedenen Organisationen. So ist er STV-Vorstandsmitglied, Mitglied der Reka-Verwaltung, Vorsitzender des Strategischen Ausschusses Direktor Verkehr und Vorstandsmitglied von Schweiz Mobil. Ueli Stückelberger ist verheiratet, Vater dreier Kinder und wohnt mit seiner Familie in Bern.

Am 24. und 25. Oktober findet in Brig und Naters die Generalversammlung von Seilbahnen Schweiz statt. dst

hat jedoch insbesondere den kleineren Skigebieten in den Voralpen geholfen, die sehr wichtig für Familien sind.

**Viele Bahnen müssen investieren. Ist dies für die Betroffenen machbar?**

Nein, leider können dies nicht alle selbst tun. Einzelne Bahnen sind auf Hilfe von Kanton oder Gemeinde angewiesen. Die betreffenden Regionen erhalten dafür aber einen Gegenwert. Denn aus gesamtwirtschaftlichem Interesse ist eine Bergbahn eine Art Motor. Wenn eine Bahn verschwindet, hat dies negative Folgen für die Hotellerie und das Gewerbe. Eine Bergbahn hat eine grosse regionalpolitische Bedeutung.

**Um die Zukunft besser meistern zu können, fusionieren die Bergbahnen von Saas-Fee und Saas-Almagell. Wann machen Fusionen Sinn?**

Eine Fusion macht dann Sinn, wenn sich dadurch im Sinne von Synergien die Kostenstruktur optimieren lässt, sprich die Kosten reduziert werden können. Häufiger ist die engere Zusammenarbeit von Bergbahnen, wie etwa bei der Riederalp und Bettmeralp. Dies ist sicher ein Schritt in die richtige Richtung, bei welchem gegen aussen ein Gesamtangebot vertreten wird.

**Wird die Tendenz zu verstärkter Zusammenarbeit zunehmen?**

Wo es geografisch Sinn macht, ja. Dies ist jedoch nicht neu, denn vielerorts wird schon von jeher eng zusammengearbeitet.

**Nimmt Seilbahnen Schweiz als Dachverband Einfluss auf die Kooperationsbereitschaft der Mitglieder?**

Nein, bewusst nicht. Wir beraten mit Hintergrundinformationen, mit Kennzahlen und weisen darauf hin, worauf zu achten ist. Den Entscheid müssen dann die Bahnen selbst fällen. Haben sie Fragen, unterstützen wir sie.

**Mit abnehmender Schneesicherheit beobachtet das Sommergeschäft eine grössere Bedeutung. Machen da die Bahnen vorwärts?**

Ja. Der Winter wird mit dem Klimawandel sicher zur Herausforderung. Dazu kommt – was mir mehr Sorgen macht –, dass viele Leute trotz besten Schnee-

verhältnissen ab Anfang März nicht mehr Ski fahren wollen. In den Köpfen setzt sich dann bereits der Frühling fest. Der Sommer ist zwar wichtig. Über die gesamte Branche betrachtet werden aber 80 Prozent des Umsatzes im Winter erwirtschaftet. Ein Wachstum im Sommer, welches wichtig und notwendig ist, wird einen allfälligen Rückgang im Winter leider kaum kompensieren können. Für kleinere Unternehmen gibt es jedoch auch die Möglichkeit, sich im Winter neu auszurichten. Es gibt Bahnen, die das Skipistenangebot aufgeben und ganz auf Gastronomie und Schlitteln setzen. Ein Beispiel dafür ist der Kronberg im Appenzellerland. Zu Recht wird hinterfragt, ob im Winter alle dasselbe anbieten müssen.

**Kann der Verband bezüglich stärkerer Ausrichtung auf den Sommer Hilfestellung leisten?**

Wir beraten unsere Mitglieder für Sommer-Aktivitäten. Ein Beispiel ist die Sicherheit von Rodelbahnen und Trottbike-Strecken. Der Entscheid, ob dann eher auf Fun, auf Familien oder auf Ruhe gesetzt wird, liegt aber beim Unternehmen selbst. Was sicher nicht funktioniert, ist, ein Modell aus dem Flachland in Miniatur in die Berge zu kopieren. Das Bergerlebnis muss authentisch sein.

**Stehen der Ausbau von Bergbahnen und der Bau neuer Bahnen nicht im Widerspruch zum schonenden Umgang mit der Umwelt?**

Nein. Die Seilbahnen leben von einer intakten Umwelt und Naturerlebnissen. Zudem werden mit dem Bau neuer Anlagen alte ersetzt, die oft einen höheren Energiebedarf hatten. Ziel ist eine Optimierung, damit mehr Personen mit weniger Anlagen befördert werden können. Die Erschliessung neuer Gebiete ist heute kaum mehr ein Thema.

**Was wird Sie als Direktor von Seilbahnen Schweiz im kommenden Jahr am meisten beschäftigen?**

Ganz klar die Schneesport-Offensive und die damit verbundene Förderung des Schneesports. Ein weiteres Anliegen ist, dass die Schweiz als Winter-Tourismusland attraktiv bleibt und im Ausland noch bekannter wird.

## Standpunkt Destinations- Management fordert kompetente Partner



THOMAS  
BIEGER\*

**W**ie viele Tourismusorganisationen stecken vor oder in einer Restrukturierung? Wie viele Tourismusdirektorinnen und -direktoren weisen mehr als fünf Dienstjahre auf? In vielen Tourismusregionen ist eine auffällige Instabilität personeller und organisatorischer Strukturen festzustellen.

Dabei geht es immer um die gleiche Frage: Wie können die wesentlichen Funktionen einer Destination, Marktforschung, Angebotsgestaltung, Vermarktung

## «Respekt vor den bestehenden Tourismusstrukturen und den Investitionen.»

und Verkauf, möglichst gut erfüllt werden? Die Antworten auf diese Frage ändern sich aber im Umfeld dynamischer Märkte, Kundenbedürfnisse, Marketinginstrumente und Medien immer rascher. Entsprechend gibt es nicht mehr die richtige Tourismusorganisation, sondern markt- und kontextspezifische, momentane Lösungen. Das Destinationsmanagement der dritten Generation fordert entsprechend die flexible Kooperation kompetenter Partner, Leistungsträger, führende Destinationsanbieter wie Bergbahnen und Tourismusorganisationen, entlang der Wirkungskette des Marketing – dem sogenannten «Marketing Funnel». In einem hyperdynamischen Umfeld kann eine Reorganisation, die heute Sinn macht, morgen schon falsch sein. Deshalb: Respekt vor den bestehenden Tourismusstrukturen – und den entsprechenden Investitionen. Lieber in Kompetenzaufbau, personelle Stabilität und Kooperationen als in Hürden in Form von neuen Strukturen investieren.

\* Thomas Bieger ist Rektor der Uni St. Gallen.

## Aufgefallen

### Vom «kollektiven Protest» zur «vornehmen Zurückhaltung»



Gegen das geplante Asylzentrum in der Tourismusregion Flims-Laax zog der Chef der

Weissen Arena, Reto Gurtner, Anfang Jahr alle Register. Das Asylheim sei «mit allen Mitteln» zu verhindern, polterte Gurtner. Er drohte sogar mit einem Steuerboykott, falls der Kanton das Projekt durchdrücken wolle. Letzte Woche hat der Kanton vor dem Verwaltungsgericht Recht bekommen. «Steigen Sie jetzt auf die Barrikaden?», wollte die htr vom streitbaren Tourismusprofi wissen. Für Auskünfte zu diesem Thema sei die Gemeinde zuständig, liess Gurtner ausrichten. Statt einem Donnerrollen sind ungewohnt zurückhaltende Worte von der Weissen Arena zu vernehmen. ste

## Schweiz

**Radio- und TV-Gebühren: keine Abmeldung**

Künftig sollen auch Haushalte ohne Radio und TV-Geräte die Empfangsgebühren bezahlen müssen. Die vorberatende Kommission des Nationalrates ist mit diesem Vorschlag des Bundesrates einverstanden. Anträge für die Möglichkeit zur Abmeldung fanden keine Mehrheit. Von der Abgabe befreit werden sollen Betriebe mit einem Jahresumsatz von weniger als 500 000 Franken. Hotellerieuisse erachtet diese Grenze als zu tief angesetzt.

**Pendeln wird attraktiver und teurer**

BLS/Christine Strub

Bis im Jahr 2025 dürfte das Bahnbillett für Pendler etwa doppelt so viel kosten wie heute. Dafür dürfte die Fahrt im Zug attraktiver werden, weil die Pendlerströme angesichts der steigenden Kosten kürzer werden. Dies prognostiziert eine Studie des GDI über die Mobilität der Zukunft. Die Mobilität wird 2025 unkomplexierter, schneller und flexibler sein, hält die Studie fest. dst

**V sorgt für Diskussion**

**Die Pläne für neue Bahnverbindungen in der Jungfrau-Region sorgen für heftige Diskussionen. Grundsätzlich positiv äussert sich der Schweizer Alpen-Club.**

DANIEL STAMPFELI

Die Modernisierung der Anlagen und des Rollmaterials sowie die Entflechtung der Passagiere auf der stark frequentierten Strecke zwischen Grindelwald und der Station Eigergletscher kann die heute zeitweise prekäre Situation entschärfen. Dies schreibt der Schweizer Alpen-Club SAC in einer Stellungnahme. Deshalb äussert sich der Zentralvorstand «grundsätzlich positiv» zum Projekt V-Bahn der Jungfrauabahn. Die vorgesehene Bergstation am Eigergletscher sei vorbildlich geplant. Und: «Die verbesserte Anbindung an den öffentlichen Verkehr begrüssen wir ausdrücklich.»

**Alternative Linienführung angeregt**

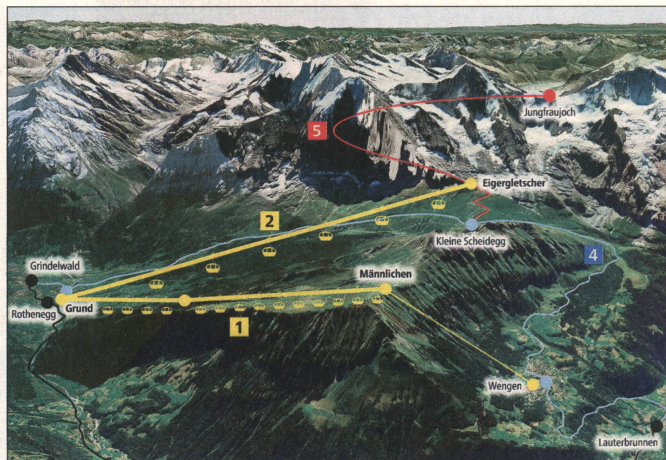
Uneingeschränkte Zustimmung erhalten aber die Pläne der

Jungfrauabahn vom Schweizer Alpen-Club nicht: Aufgrund seines Engagements für die unerschlossenen alpinen Landschaften erachtet der SAC jedoch die Linienführung der geplanten Bahn von Grund nach Eigergletscher (Eiger-Express) oberhalb der Waldgrenze «als problematisch». Die neue Bahn führe in diesem Bereich direkt unter der Eigernordwand entlang. Diese bilde die Grenze zum Unesco-Welterbe Jungfrau-Aletsch sowie zum BLN-Gebiet Berner Hochalpen (Bundesinventar der Landschaften und Naturdenkmäler von nationaler Bedeutung).

Im Weiteren sei die Eigernordwand ein globales Natur-Monument. Sie habe zudem ein wichtiges Stück Bergsport-Geschichte geschrieben. «Die Bahn beeinträchtigt aus Optik des Landschaftsschutzes die Sicht auf den Fuss der Eigernordwand, so der SAC. Daher empfiehlt der Zentralvorstand den Jungfrauabahn «eine Prüfung alternativer Linienführung im oberen Bereich».

**Seilbahn aufs Jungfrauoch ist kein Thema**

An einer ersten öffentlichen Informationsveranstaltung in Grindelwald Anfang Oktober wurden auch Befürchtungen geäußert. Unter anderem, das Projekt der Jungfrauabahn könnte eine Vorstufe für eine künftige Seilbahn aufs Jungfrauoch sein. Dies stellte Urs Kessler, CEO der Jungfrauabahn in Abrede und



**V-Bahn mit den beiden Ästen (1 und 2). Schon bestehend ist unter anderem die Bahnverbindung von Lauterbrunnen bis Scheidegg (4) und von Scheidegg aufs Jungfrauoch (5).**

zvz

bezeichnete dies als Fantasiekonstrukt.

Konkret planen die Jungfrauabahn und die Gondelbahnen Grindelwald-Männlichen, gemeinsam eine V-Bahn zu bauen, die sowohl den Männlichen als auch den Eigergletscher erschliesst. Vorgesehen ist, dass zwei Äste von der Talstation in Grindelwald Grund zu den beiden Bergstationen führen werden.

Alle 40 Sekunden sollen Gondeln mit 27 Sitzplätzen von der Talstation abfahren und Gäste zum Eigergletscher und zurück befördern (siehe Illustration, Nr. 2). Zwischen derselben Talstation und dem Männlichen wird künftig eine Gondelbahn mit acht Sitzplätzen verkehren (Nr. 1). Um die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr zu erleichtern, ist in Grindelwald im Bereich Rothen-

egg der Bau einer zusätzlichen Haltestelle der Berner Oberland-Bahn vorgesehen.

Die Jungfrauabahn und die Gondelbahn Grindelwald-Männlichen rechnen mit Investitionen von insgesamt rund 200 Mio. Franken. Nächstes Jahr soll die Baueingabe erfolgen, mit dem Ziel, die geplante V-Bahn dann im Jahr 2016 in Betrieb nehmen zu können.

**Talente für die Hotellerie****Machen Sie Karriere in der Hotelbranche**

hotellerieuisse – Kompetent.  
Dynamisch. Herzlich.

Informationen zur Berufs- und Weiterbildung in der Hotellerie  
finden Sie unter [www.hotellerieuisse.ch/bildung](http://www.hotellerieuisse.ch/bildung)

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association

Die neue Bahn auf den Weissenstein kommt. Die Zukunft des Kurhauses auf Solothurns Hausberg ist jedoch noch ungewiss. Die Regiobank Solothurn sucht einen Investor.

DANIEL STAMPFELI

In einem Jahr soll die neue Gondelbahn Gäste auf den Weissenstein oberhalb Solothurns bringen. Da die Bahn an 365 Tagen und auch am Abend bei Dunkelheit fahren kann, bringt dies dem Kurhaus auf dem Weissenstein gegenüber heute deutlich mehr Frequenzen. In den letzten Jahren war jeweils nur noch der Restaurantbetrieb vom Frühling bis Herbst geöffnet. «In den nächsten Tagen werden wir an einer Sitzung über die Zukunft des Kurhauses Weissenstein verhandeln», erklärt Peter Oetliker, Geschäftsleitungsmitglied der Regiobank Solothurn. Das Kurhaus befindet sich im Portefeuille der Soleika AG, einer Tochtergesellschaft der Regiobank Solothurn.

**Eigentümer sind sich der Verantwortung bewusst**

Ob in den nächsten Tagen tatsächlich auch eine Entscheidung fällt, ist gemäss Oetliker im Moment noch offen. Sicher ist, dass der Betrieb am 10. November schliessen und sich in den Winterbetrieb verabschieden wird. «Da ein Hotel nicht zu unserem Kerngeschäft gehört, suchen wir einen Investor», so Peter Oetliker weiter. Präferenz habe jemand aus der Region. Solange die Situation um die Bahn nicht klar war, sei es schwierig gewesen, einen Investor zu suchen und zu finden. Über einen allfälligen Verkaufspreis will sich Oetliker nicht äussern. Die Zukunftslösung könne beinhaltet, dass parallel zur Investorensuche der Betrieb



Über die Zukunft des Kurhauses Weissenstein möchte die Soleika AG als Eigentümerin möglichst rasch entscheiden.

ZVG

# Kur für Kurhaus

verpachtet werde. «Wie viel der-einst investiert werden muss, ist Gegenstand der aktuellen Abklärungen», so Oetliker weiter. «Auf jeden Fall wollen wir gewährleisten, dass wenn die Bahn fährt, auch das Kurhaus mit einer gewissen Anzahl Hotelzimmern bereit ist. Und wir wollen sicherstellen, dass der Gastronomiebereich für die Solothurner über eine längere Zeitspanne verfügbar ist.

**Höhe der Investitionen je nach angestrebtem Standard**

Nach aktuellem Kenntnisstand von Jürgen Hofer, Direktor von Region Solothurn Tourismus, soll das Kurhaus wie in den vergange-

nen Jahren Ende April oder Anfang Mai 2014 wieder öffnen, vielleicht mit neuen Betreibern. Die bisherigen Pächter hätten nur das Restaurant betrieben «und die Hotelzimmer, die wir dringend benötigen, wurden nicht bewirtschaftet».

Hofer geht nicht davon aus, dass für einen sinnvollen Betrieb hohe Beträge ins Kurhaus investiert werden müssen. Denn bis vor drei Jahren seien die Hotelzimmer noch relativ gut ausgelastet gewesen. «Wir

finden uns mit dem Kurhaus Weissenstein zwar nicht auf einem Top-Niveau, die Zimmer befinden sich aber sicher nicht in einem derart schlechten Zustand, dass man sie gar nicht vermieten kann.»

Auf der nationalen Wanderroute Nr. 5, dem Jura-Höhenweg, seien viele Gruppen unterwegs, die es schmerzlich vermissen, dass man auf dem Weissenstein nicht mehr einen Zwischenhalt einlegen könne, so Jürgen Hofer. «In der Regel sind das nicht Leute,

die hohe Ansprüche haben.» Man müsste die Zimmer entsprechend positionieren, was gemäss Hofer kein Problem wäre. Auch für den Betrieb des Kurhauses als Seminarhotel sieht Hofer keine grossen Schwierigkeiten: Das Kurhaus Weissenstein sei immer noch bei Solothurn Services, einem Zusammenschluss innovativer Gastbetriebe der Region, dabei «und konnte bis zum Abgang der früheren Pächter Ende 2010 die Pachtzinsen jeweils bezahlen, da sie mit dem Seminar- und Hotelbereich relativ erfolgreich waren». Wolle man aber das sich bietende Potenzial voll ausschöpfen bedürfe es eines grösseren Schrittes, so Jürgen Hofer.

**«In den nächsten Tagen werden wir über die Zukunft des Kurhauses verhandeln.»**

Peter Oetliker  
Regiobank Solothurn

# «Krone» wartet auf den Baustart

Ob das neue Hotel Krone in Solothurn wie ursprünglich geplant im Frühjahr 2015 die ersten Gäste empfangen kann, ist ungewiss. Die eingegangenen Einsprachen könnten den Umbau verzögern.

DANIEL STAMPFELI

Der Credit Suisse Real Estate Fund Hospitality, ein Immobilienfonds der Credit Suisse, möchte das traditionsreiche Hotel Krone in Solothurn, welches seit Herbst 2012 geschlossen ist, für 20 Mio. Franken im Baurecht umbauen. Nach Einreichen des Baugesuchs gibt es nun aber Widerstand. Laut dem Solothurner Stadtschreiber Hansjörg Boll sind bei der Stadtverwaltung vier Einsprachen eingegangen, die jedoch noch nicht behandelt wurden. Sollte es zu keiner Einigung in Bezug auf die



Die «Krone» sollte wieder ein Vorzegebetrieb werden.

ZVG

strittigen Punkte kommen und würden alle juristischen Möglichkeiten ausgeschöpft, das heisst die Einsprachen bis vor Bundesgericht weitergezogen, kann sich die Angelegenheit noch stark in die Länge ziehen. Bei den Einsprachen geht es laut Boll primär um den Leist-Trakt, in welchem Wohnungen gebaut werden sollten, und um die Gestaltung des Hofes. Die von der Bauherrschaft beantragte Baubewilligung erhält ihre Gültigkeit erst, wenn die Einsprachen vom Tisch sind. Auch

der für den Umbau verantwortliche Architekt Benedikt Graf vom Solothurner Büro Graf Jenni Stampfli rechnet damit, dass es zu einer Verzögerung kommt. «Die eingegangenen Einsprachen sind noch nicht bei uns eingetroffen, wir können deshalb im Moment nicht abschätzen ob sich der auf Anfang 2014 geplante Baubeginn verzögert», teilt Daniela Zulauf Brühlhart von der CS auf Anfrage mit. Nach dem Umbau soll die «Krone» über 28 Zimmer verfügen.

# Accor bestätigt EBIT-Ziel

Der Umsatz der Accor-Gruppe ging im 3. Quartal 2013 zurück. Auf vergleichbarer Basis resultierte jedoch ein Plus.

Europas grösster Hotelbetreiber Accor weist für das 3. Quartal 2013 einen Umsatz von 1,44 Mrd. Euro aus, 3,1% weniger als in der entsprechenden Vorjahresperiode. Accor begründet dies mit negativen Wechselkurseffekten und Verkäufen und hält gleichzeitig fest, dass der Umsatz bereinigt um Änderungen und Wechselkurseffekte um 3,8% zunahm.

In den Hotels des Mittel- und Upscale-Segments legte der vergleichbare Umsatz im 3. Quartal um 3,6% zu. Auf ausgewiesener Basis ging der Umsatz um 3,9% zurück. Besonders erfreulich seien die Ergebnisse im Asien-Pazifik-Raum und im Mittleren Osten, wie Accor weiter mitteilt.

Die Economy-Hotels verzeichneten in der Berichtsperiode einen ausgewiesenen Umsatzzuwachs von 1,4%. Auf vergleichbarer Basis betrug das Plus 4,2%. Zum Wachstum dieses Segments hätten alle Märkte beigetragen, vor allem jedoch die sehr erfreulichen Ergebnisse in Nordamerika. Gleichzeitig legte der Umsatz

bei den Einnahmen aus Management- und Franchise-Verträgen im Rahmen der Wachstumspolitik mit einem Plus von 32% kräftig zu.

Angesichts des soliden Geschäfts in Europa und der dynamischen Entwicklung auf den Schwellenmärkten erwartet die Accor-Gruppe eine weiterhin positive Geschäftsentwicklung bis zum Jahresende. Vor diesem Hintergrund und trotz ungünstiger Wechselkurseffekte bestätigt Accor das EBIT-Ziel (Gewinn vor Zinsen und Steuern). Dabei geht der Konzern von einem Wert zwischen 510 und 530 Mio. Euro aus.

# Sommertourismus bringt dem Tirol Spitzenergebnisse

Die durch Schweizer Gäste generierten Logiernächte-zahlen stagnierten.

Mit rund 16,8 Millionen Übernachtungen (+1,8%) und knapp 4,3 Millionen Ankünften (+1,1%) verzeichnete der Tiroler Tourismus im Zeitraum Mai bis September deutliche Zuwächse gegenüber dem Vorjahr. Damit liegt die bisherige Sommersaison im langjährigen Vergleich bei den Ankünften an erster Stelle, wie Tirol Werbung mitteilt. Bei den Übernachtungen sei das beste Ergebnis seit 1995 erzielt worden. Die Aufenthaltsdauer liegt in den ersten fünf Monaten der Sommersaison bei durchschnitt-

lich 3,9 Tagen und ist damit im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (4,0 Tage) neuerlich leicht gesunken. Insgesamt machen die Logiernächte von Mai bis September rund 90% der Sommersaison aus. Schweizer Gäste sorgten für eine Zunahme bei den Ankünften (+1,9%), während die Übernachtungen stagnierten. Die höchsten Übernachtungszuwächse im Tiroler Sommer verzeichneten mit plus 5,5% erneut die privaten Ferienwohnungen und die gewerblichen Ferienwohnungen (+3,3%).

## Aus der Region

### Zentralschweiz

#### Bahnhof Lungern nach Umbau neu eröffnet

Den in den vergangenen 16 Monaten komplett umgebauten und erneuerten Bahnhof Lungern hat die Zentralbahn offiziell in Betrieb genommen. Das Vorhaben kostete 9,5 Mio. Franken. Der Bahnhof Lungern, dessen Gleis- und Weichenanlagen aus dem Gründungsjahr der Brünigbahn von 1888 stammten, genüge den heutigen Bedürfnissen der Zentralbahn – etwa was das Rollmaterial oder den Fahrplan anbelangt – nicht mehr.

#### Neues Flaggschiff für den Vierwaldstättersee



ZVG

Für die Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV) plant und baut die Shipte AG ein neues grosses Motorschiff für 1000 Passagiere. Die Entwicklung und Planung ist bereits angefallen, wie die SGV mitteilt. Der Baustart werde im Sommer 2014 sein und die Inbetriebnahme ist für den Frühling 2017 geplant. Das neue Motorschiff soll die MS Rigi ersetzen. Die Investitionen sind mit knapp 14 Mio. Franken budgetiert. Diese sollen vollständig durch Eigenmittel der SGV finanziert werden.

### Zürich

#### Kantonsrat gegen Bus-Schnellverbindungen

Bis auf Weiteres wird es in Zürich keine Bus-Schnellverbindungen geben. Zwar hat eine Mehrheit des Zürcher Kantonsrats eingeräumt, dass von einigen Quartieren aus der Weg an einen Bahnhof etwas mühsam ist. Zusätzliche Bus-Verbindungen einzurichten, hält das Kantonsparlament aber für den falschen Weg. Die Busse würden ohnehin immer im Stau stehen bleiben. Das SP-Postulat, das vom Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) ein solches Angebot in der Stadt Zürich forderte, lehnte der Kantonsrat mit 112 zu 48 Stimmen ab.

#### Verbot von Enteignungen für Seeuferweg



swiss-image.ch/Franziska Pfenniger

Bis auf Weiteres wird es wohl um den Zürichsee keinen durchgehenden Weg direkt am Ufer entlang geben. Mit 92 zu 76 Stimmen hat der Zürcher Kantonsrat einen SVP-Antrag gutgeheissen, welcher das Eigentum von Seeufer-Anwohnern schützt. Enteignungen sollen verboten werden. Alle anderen Grundstücksbesitzer können nach wie vor enteignet werden. Über diese Ungleichbehandlung zeigten sich die Linken und Grünen empört. dst

# Auf dem Weg zur Spitze

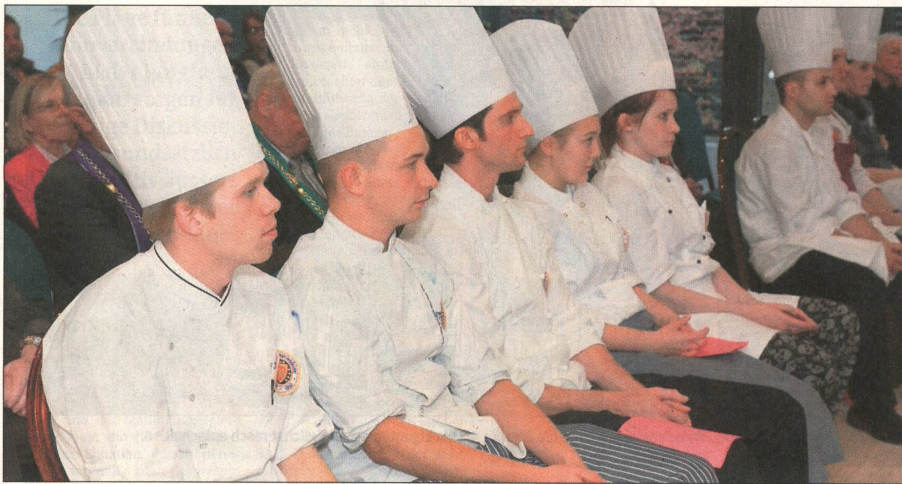
Fabio Toffolon gewinnt die «Victorinox Trophy» und wird die Schweiz am «Concours International des Jeunes Chefs Rôtisseurs» in Durban vertreten.

NATALIE-PASCALIE ALIESCH

**A**cht ambitionierte, junge Chefs Rôtisseurs aus den besten Häusern der Schweizer Gastronomie zeigten am vergangenen Samstag im Rahmen der nationalen Jungkoch-Ausscheidung der «Chaîne des Rôtisseurs Suisse» ihr Talent für die gehobene Tafel- und Küchenkultur.

Um acht Uhr fiel an der Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) der Startschuss. Die Kandidaten wurden begrüsst und erhielten Instruktionen zum Wettbewerb. Um neun Uhr starteten die ersten Teilnehmer ihre Arbeit. Es blieben ihnen drei Stunden, um aus einem Warenkorb mit Steinbutt, Schweinefleisch, Gemüse, Pilzen und Früchten ein Menü zu schreiben und drei Gänge inklusive Dessert zu kreieren.

Kurz vor vier Uhr gab die Jury unter der Leitung von Irma Dütsch die Resultate bekannt. Als Sieger ging der Schaffhauser Fabio Toffolon hervor, Jungkoch bei Werner Rothen vom Restaurant Schöngrün im Paul Klee Zentrum Bern (im Gault-Millau-Guide 2014



Grosse Anspannung bei den acht Jungköchen am «Concours des Jeunes Chefs Rôtisseurs» vor der Rangverkündung.

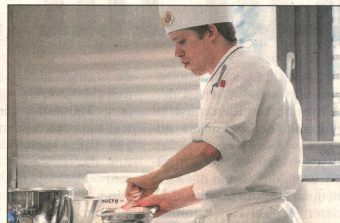
Bilder: zvg

mit 17 Punkten ausgezeichnet). Der 24-Jährige verwies Filipe Fonzeza Pinheiro vom Restaurant de l'Hôtel de Ville de Cressier mit Starkoch Benoît Violier (19 GM-Punkte) und Stefanie Siegenthaler vom Kongresshotel Seepark in Thun (15 GM-Punkte) auf die Ehrenplätze.

Toffolon erhielt für seinen Sieg die begehrte «Victorinox Trophy». Er wird nächstes Jahr an die Ostküste Südafrikas reisen und dort die Schweiz an den «Concours International des Jeunes Chefs Rôtisseurs» in Durban vertreten.»



René R. Kamber, Präsident des Concours, mit Jury-Präsidentin Irma Dütsch.



Überzeugte mit seiner kulinarischen Darbietung: Sieger Fabio Toffolon.

## Sesselrücken

### Sheraton Davos Hotel Waldhuus hat neuen Direktor

Urs Lienhard (38) ist von Starwood Hotels & Resorts zum neuen General Manager des Sheraton



zvg

Davos Hotel Waldhuus ernannt worden. Bisher war Lienhard Hotelmanager des Sheraton Krabi Beach Resort in Südthailand. Seine berufliche Karriere hatte Urs Lienhard im Sheraton Hotel Zürich begonnen. Im Anschluss war er in unterschiedlichen Positionen bei führenden Hotelketten weltweit tätig, bevor er 2007 zu Starwood zurückkehrte.

### e-domizil Schweiz mit neuem Geschäftsführer

Daniel Koller (Bild) ist vom Verwaltungsrat der e-domizil AG Schweiz zum neuen Geschäftsführer bestimmt worden. Der 33-jäh-



zvg

rige Koller tritt die Nachfolge von Marc Bertschinger an, der e-domizil nach sieben Jahren Richtung Zürich Tourismus verlässt. Daniel Koller, der die neue Stelle Anfang 2014 antreten wird, arbeitet seit 2006 als stellvertretender Direktor für Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG.

### Interimistische Leitung im Toggenburg

Jasmin Eggenberger (links), kaufmännische Leiterin, und Sonja Fuchs (rechts), Leiterin Marketing, übernehmen interimistische die Geschäftsleitung von Toggen-



zvg

burg Tourismus. Unterstützt werden sie dabei unter anderem durch den Präsidenten Max Nadig und den gesamten Vorstand. Nach dem Weggang des Geschäftsführers Roger Meiner will Toggenburg Tourismus nun seine Strukturen optimieren. In der Übergangszeit werden die Geschäftsleiterinnen von Präsident Max Nadig und dem bestehenden Team tatkräftig unterstützt.

## Erfolgreiche Tour de Suisse

Eine Woche lang reisten 150 Führungskräfte der erfolgreichsten Reiseagenturen des **Networks «Virtuoso»** durch die Schweiz. Die Begeisterung der Tourismusprofis war enorm.

Die Initiative von Alex Herrmann, Direktor Amerika für Schweiz Tourismus, und das Engagement von Schweizer Hoteliers und Tourismusorganisationen machten es möglich: Der «Virtuoso Chairman's Event», wichtigster Anlass des weltweit führenden Netzwerks von Agenturen für vermögende Reisende, ging dieses Jahr in der Schweiz über die Bühne.

Während einer Woche zogen die 150 Besitzer oder Leiter von Reiseagenturen aus den USA und Südamerika von Zürich über Gstaad und Lausanne nach Genf und nützigen jeweils in den bei Virtuoso engagierten Luxushotels.

Zu einem Höhepunkt geriet der Galaabend im Genfer Hotel «Beau Rivage» mit wunderbar zelebrier-



Das Süsses liegt so nah im Genfer «Beau Rivage»: Tortenanstich mit Alex Herrmann, Direktor Americas Schweiz Tourismus; Ivan Rivier, Direktor «Beau Rivage»; Matthew Upchurch, Chairman und CEO Virtuoso; Philippe Vignon, Direktor Genf Tourismus (v.l.)

zvg/jan Tumbull



Überraschungsf Feuerwerk für Reiseanbieter aus aller Welt.

ter Gastfreundschaft, einer exzellenten Schokoladentorte aus der Küche von Dominique Gauthier und einem von Genf Tourismus spendierten Überraschungsf Feuerwerk, das die eh schon schwer beeindruckten Reiseprofis in jubelnde Teenager verwandelte. Alles in allem: Beste Werbung für das Ferienland Schweiz.

gn



Michel Rey, ehemaliger Direktor des Baur au Lac (li.) mit seinem Nachfolger Wilhelm Luxem und Tanja Fruithof, Geschäftsführerin bei Bucherer Zürich, früherer GM im Trois Rois Basel.

zvg

### Ein grosses Herz für kleine Kinder

Mit dem 9. **Kispi-Ball** eröffnete das 5-Sterne-Hotel Baur au Lac in Zürich die Ballsaison.

Rund 450 geladene Gäste aus Politik, Wirtschaft und Society feierten und tanzten am vergangenen Samstag zugunsten des Kinderspitals Zürich.

Bereits zum neunten Mal verwandelte sich das Traditionshaus in einen glamourösen Ballsaal. Für Wilhelm Luxem, den neuen Direktor im

«Baur au Lac», war es eine Premiere: Er war zum ersten Mal Gastgeber des Benefizballs. Gemeinsam sammelten die Gäste Spendegelder in der Höhe von 501'000 Franken. Der Erlös aus dem Kispi-Ball kommt neuen medizinischen Einrichtungen im Zürcher Kinderspital zugute.

npa

ANZEIGE

# hoteljob.ch – der Online-Stellenmarkt der htr hotel revue

Für mehr Informationen zum führenden Schweizer Stellenportal kontaktieren Sie uns über [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch) oder 031 370 42 42

**htr** hotel revue

# Fêter la fièvre de la fève

**David Pasquie de Crans-Montana représentera la Suisse aux Championnats du monde des chocolatiers, la semaine prochaine, à Paris. Depuis trois mois, il s'isole et crée.**

ALEXANDRE CALDARA

Virginie répond au combiné: «Les deux mains de David sont plongées dans le chocolat.» L'enseigne de Virginie et David Pasquie, à Crans-Montana ne pouvait pas porter de nom plus adéquat: «L'instant chocolat». Depuis début juillet, David Pasquie s'isole entre 10 à 15 heures, six jours par semaine, à 20 mètres de son laboratoire et de son enseigne «L'instant chocolat», à Crans-Montana. Il y a installé son atelier, 70 mètres carrés, de tables, frigos et machines à chocolat: pour une valeur de 90 000 francs en prêt pour l'occasion. L'occasion? Les Championnats du monde des chocolatiers qui se dérouleront à Paris le lundi 28 au matin et le mardi 29 toute la journée. Il y représentera la Suisse aux côtés de 18 autres candidats. L'entreprise fermera dès le 27, pendant cinq jours et les dix collaborateurs feront le voyage. «Nous devons amener toutes les pièces, les éléments pour la pièce artistique: «Un monstre travail, et surtout ne rien oublier.» Tous les gâteaux, les chocolats seront fabriqués sur place avec des produits «pesés et préparés».

Champion suisse depuis janvier 2003, David Pasquie qualifie cette nouvelle expérience comme la plus dure et la plus belle de sa vie: «Le niveau va être très haut, il faut repousser ses limites, trouver l'énergie grâce à la passion.» Il devra respecter un thème: «L'architecture du goût». Mais quel

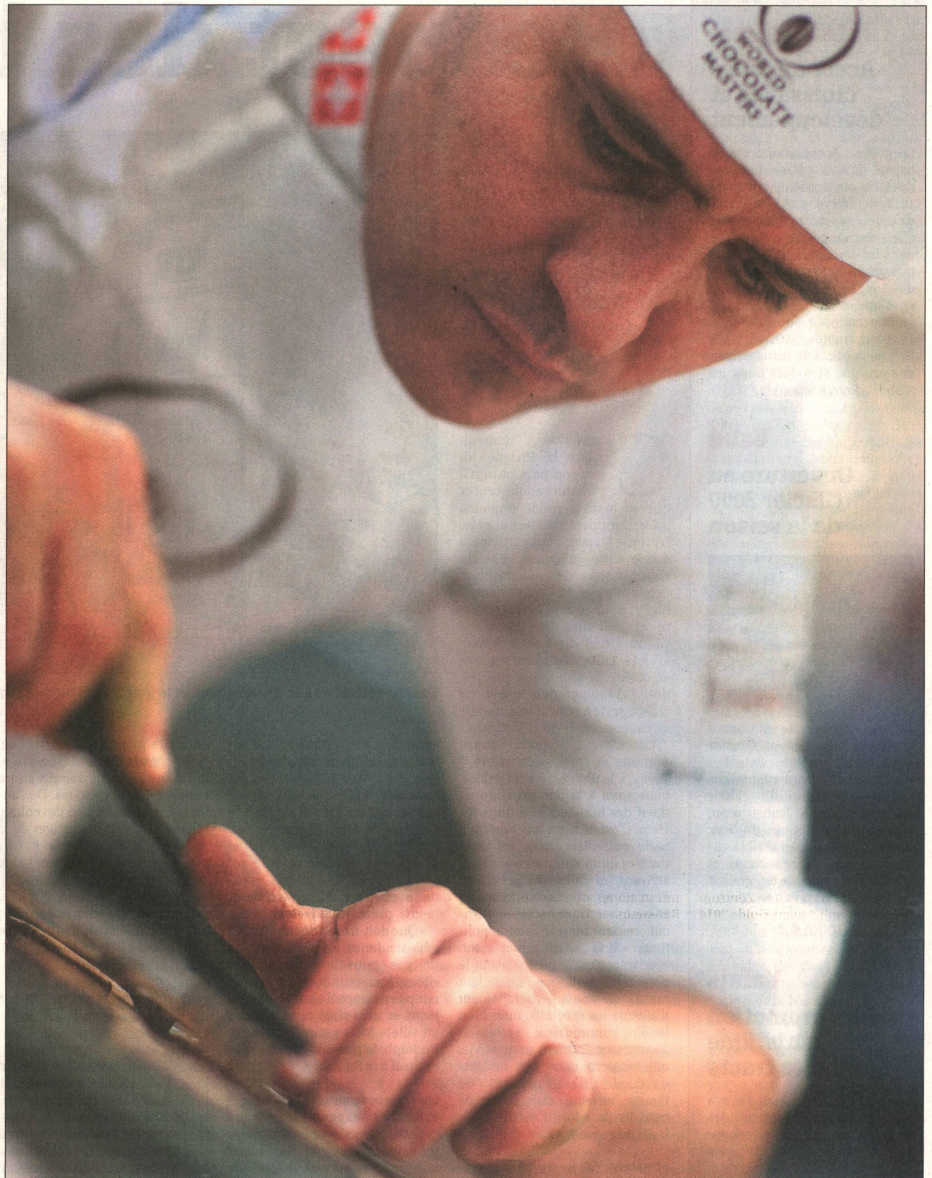
goût? Un juré représente chacun des 19 pays engagés: «Il faut plaire à tout le monde, quand ils goûteront». Mais attention aux critères: «Par exemple on utilise beaucoup la fleur de sel dans la confiserie en Suisse et en France, mais pour un Japonais c'est moins commun.»

D'après David Pasquie, le goût représentera 60% de la note, contre 20% à l'artistique et 20% de mystère. Il parle des nouvelles techniques du métier «on voit apparaître des pièces qui mélangent le mat et le brillant, avant la brillante semblait partout.» Lui utilise beaucoup la brosse métallique et de petits outils de bricolage, comme les disques à tronçonner Dremel. Il n'aime pas trop l'extravagance: «Si je mets de la fraise, je veux qu'on l'identifie tout de suite, je ne travaille jamais plus de deux ou trois arômes à la fois.» Sa devise reste de partager de bons produits. Il les cherche: dénicher la pistache de Bronte en Italie; des oranges et des citrons en Corse; des noisettes du Piémont. Un des produits qu'il préfère «l'amande bio de Californie à la fleur de sel et au caramel», il la décrit comme «juste grillée, très simple», il évoque aussi 27 sortes de ganaches.

David Pasquie perpétue la recette du «chocouogau» inventée par le propriétaire précédent Roland Stoss, il en fabrique 120 kilos par semaine. Originaire de Poitou-Charentes, il vit en Suisse depuis 23 ans et reprend ce commerce voilà huit ans. Il dispose aussi d'une boutique à Sion et de points de vente à Lausanne et Montreux, bientôt à Verbier.

De sa formation première de cuisinier pâtissier et de son expérience de dix ans au Crans Ambassador, il garde d'excellents contacts avec les chefs: «Ils possèdent une plus grande connaissance des produits du marché que les confiseurs. Ils se livrent à des mariages extraordinaires, changent souvent leurs cartes.»

Il collabore régulièrement avec Franck Reynaud de l'Hostellerie du Pas de l'Ours et Pierre Crepeaud, au Mont Blanc, le restaurant de l'Hôtel Crans: «Ils goûtent mes chocolats, on en parle.» Tout l'in-



David Pasquie défendra les couleurs de la Suisse lors du Championnat du monde des chocolatiers, les 28 et 29 octobre, à Paris. ldd

fluence, même inconsciemment, le firmament des couleurs au moment des fêtes de Noël ou de Pâques, un meuble, une œuvre d'art, un vêtement.

A Paris, il sait que tout va se jouer à quelques points, que cela

peut être très aléatoire. Pour remercier tous ceux qui se sont investis pour son projet, il rêve de leur offrir un podium. L'aventure a été budgétée à 150 000 francs, il estime entre 30 000 et 40 000 francs les aides reçues des communes,

de Crans-Montana Tourisme et la Banque Raiffeisen. Lui se satisfait d'un rang entre le huitième et le dixième. Il pourrait conserver son atelier après les championnats pas par nostalgie mais pour disposer d'un deuxième lieu de

production. Sur une vidéo funky de Malika Pellicoli, où tout bouge autour de lui, le pâtissier apparaît simplement à la fin et dit: «Je suis David.» Et là Goliath le pâtissier tremble. Tout en sucre. Mais il tremble.

# Voyage d'hiver pour dames

**Terrasse d'exception sur le lac située dans un bâtiment historique de la ville de Neuchâtel. Le Bain des Dames s'équipe d'une coque démontable pour l'hiver et servira des fondues de caractères.**

ALEXANDRE CALDARA

Le Bain des Dames de Neuchâtel et sa spectaculaire terrasse sur le lac revêtent pour la première fois une tenue hivernale, dès aujourd'hui. «On a voulu amener la montagne au lac, créer une métairie lacustre dans un écrin contemporain», raconte Raphaël Lamblet. Ce gérant atypique, également artiste peintre, exploite ce restaurant estival

à l'esprit méditerranéen depuis 2006. A l'endroit où en 1893 femmes et enfants venaient se baigner à l'abri des regards. L'idée de donner une autre identité au même lieu pendant l'hiver vient de discussions entre Raphaël Lamblet et son ami Vincent Stuedler, son nouvel associé pour l'hiver: «Deux gros caractères.»

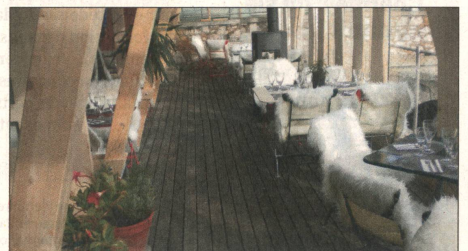
Vincent Stuedler: homme de communication, ancien directeur de Couleur 3 et de la salle de concerts Bikini Test, à La Chaux-de-Fonds, suggère de créer plus qu'un bistrot, d'insuffler un esprit. «On avait envie de sortir de la routine, de passer du coq à l'âne.» Intervient alors l'architecte Pierre Sandoz qui propose cette structure de plexiglas comme pour une serre et de striures en sapin, accompagné de poëles à bois. «Il fallait des matériaux qui tiennent

le choc des éléments l'eau, le feu et cela sans déranger le bâtiment historique très protégé», explique Raphaël Lamblet. Une coque que l'on peut installer en hiver et démonter en été. Un investissement pour les gérants d'environ 100 000 francs avec quelques aides pratiques (notamment pour les sorties de secours) du propriétaire, la Ville de Neuchâtel.

L'écran protecteur trouvé. Les peaux de bêtes synthétiques posées sur le mobilier d'été. Il fallait encore dénicher un concept gastronomique adapté. Un fromage apparaît alors, on y servira majoritairement des fondues et toutes façonnées par de petits producteurs identifiés sur la carte. Notamment un mélange Gruyère-Sybérien pour la Fromagerie de La Brévine (NE). Plus éloigné l'Alpage de Mondralèche en Valais par-

tipice à la fête. Comment s'est fait le choix? «On a organisé une dégustation à l'aveugle, où les grands noms habituels n'ont pas triomphé, alors on a contacté les plus petites maisons parfois étonnées que l'on vienne de Neuchâtel.» Le même procédé a été mis en place pour les alcools fins: «C'était un peu plus sport.» Mais leur a permis de découvrir Pierre Gigon de Courtemanche, présent sur la carte avec kirsch, prune, coing, mirabelle, abricot et calva.

Pour les vins, ils souhaitent faire découvrir de nouveaux Chasselas ou des flacons «plus parfumés», les conseillers furent le journaliste spécialisé Pierre-Emmanuel Buss et le sommelier Jérôme Aké. On pourra déguster un Humagne Blanc des caves Mabillard et Fuchs en Valais; un Chasselas de Peter Schott, AOC Lac de Bienné;



La nouvelle ambiance hivernale du restaurant Le Bain des Dames, surplombant le lac de Neuchâtel. ldd

ou un Riesling-Sylvaner des Caves Zahner, à Truttikon (ZH). Sans oublier les Caves de la Ville de Neuchâtel: «On travaille aussi avec les bûcherons communaux, ils nous ont déjà fourni cinq stères de bois pour les poëles.»

Raphaël Lamblet se réjouit de pouvoir faire partager à sa clientèle midi et soir: «Les meilleurs moments du lac, en hiver les change-

ments incessants contribuent à la féerie. Il aimerait retrouver un peu de l'esprit de L'Interlo, le bistrot alternatif qu'il a tenu pendant six ans, dans les anciennes brasseries Muller. Il imagine peut-être d'installer une platine pour écouter le dimanche des vinyls au coin du feu sur une peau de bête. Pas bête.

[www.bainsdesdames.ch](http://www.bainsdesdames.ch)



En bref

**International**  
**Accor annonce croissance et développement**

Le groupe Accor annonce une hausse de son volume d'activité de 4,2% au troisième trimestre 2013, il s'élève à 8,6 milliards d'euros et ce «malgré l'impact des effets de change», note le groupe dans un communiqué. Il estime que ce résultat vient de l'effet du développement en «asset-light» et d'une activité favorable. Le groupe annonce l'ouverture de 14 100 chambres (113 hôtels), à 82% en contrats de management et franchise et à 52% dans les marchés émergents.

**Vaud**  
**Ouverture au Glacier 3000 de la saison**



swiss-image.ch/Christof Sonderegger

La saison de ski et de snowboard ouvre dès ce samedi au **Glacier 3000**. «Les conditions actuelles d'enneigement permettent l'ouverture du snowpark, des téléskis du Dôme et de Transfleuron, ainsi que du télésiège du Scex Rouge. Le domaine skiable dispose de quatre restaurants et d'un bar. Le domaine est attractif pour les freeriders et freestylers.

www.glacier3000.ch

**Valais**  
**La promotion touristique contre les tracts**

Valais/Wallis Promotion tient à condamner avec fermeté des tracts discriminatoires à l'encontre des visiteurs vaudois déposés sur des pare-brise à la Fête de la Châtaigne, à Fully. «De telles actions portent préjudice aux organisateurs locaux et à l'image du Valais», déclare Damien Constantin, CEO de Valais/Wallis Promotion dans sa prise de position. «La clientèle vaudoise est et reste une clientèle importante pour le tourisme valaisan», souligne-t-il en conclusion.

**Fribourg**  
**Charmey: du ski gratuit jusqu'à neuf ans**



lkd

Grande première en région fribourgeoise, les enfants jusqu'à 9 ans bénéficient de la gratuité pour skier à **Charmey**. Pour Bruno Charrière, président du conseil d'administration des télécabines: «En tant que station familiale par excellence, nous souhaitons renforcer ce positionnement.» Les abonnements de saison se vendent déjà sur le site internet à prix préférentiels. aca

www.charmey.ch

# «Respect des hôteliers»

**A quelques jours de son départ de la présidence du Groupement des hôteliers Montreux-Riviera, Christopher Rudolph croit au destin touristique de la région.**

JEAN-JACQUES ETHENOZ

**C**hristopher Rudolph quitte la Riviera, un peu son pays puisqu'il y a habité adolescent et que sa mère y réside toujours, pour retourner dans son pays, l'Afrique du sud, où il participera à une autre ouverture, celle du Four Seasons, de Johannesburg. Sept ans après être arrivé dans la région pour assurer la réouverture et redonner son lustre au Grand Hôtel du Lac, à Vevey: «J'aime l'idée de retrouver des échanges au sein d'une chaîne», dit-il. «D'autant plus que cette chaîne reste à taille humaine, elle sait encore privilégier l'individu.»

Une dimension qui lui est importante et qu'il avait trouvée à Vevey, à la tête du «petit» palace, mais aussi à la tête du Groupement des hôteliers Montreux-Riviera. C'est de cette fonction qu'il parle volontiers, sans les contraintes diplomatiques du nouvel arrivant, ni celles du président. Pour un regard sans concessions et quelques piques acérées, particulièrement pour le monde politique. «Si la Suisse a mal à son tourisme, c'est le plus souvent le personnel politique qu'il faut mettre en cause. Pas tellement d'ailleurs les exécutifs, mais bien les élus communaux, roitelets de quartier, qui minent toute envie, qui coupent dans des budgets d'accueil, d'amélioration de l'image urbaine, sans savoir de quoi ils parlent, ni même d'ailleurs, se renseigner.»

**«L'hôtelier fait un travail magnifique et parfois ingrat»**  
Il poursuit véhément: «Où qu'il soit, de quelque niveau soit son



Le Grand Hôtel du Lac, de Vevey, après le long travail de restauration.



Christopher Rudolph quitte la Riviera.

lkd / Alain D. Bollat

établissement, l'hôtelier fait un travail magnifique et souvent ingrat. Alors on ne peut pas lui reprocher tout à la fois de ne pas le voir en ville et de trop le voir en ville. Dans le premier cas, il ne participe pas assez à la vie de la communauté, dans le second, il ne s'occupe pas assez de ses clients et de son établissement», précise le directeur.

«Que doit-il faire dès lors qu'il a déjà tendance à culpabiliser, de ne pas pouvoir accueillir ses clients jour et nuit parce que de temps en temps il aime enfiler un jeans et un t-shirt et se balader en ville?» Mais pour Christopher Rudolph, le phénomène n'est pas exclusif à la Riviera.

**Les projets de musées Chaplin et Nestlé: bons pour la Riviera**

Cette région dont il connaît les difficultés, mais qui doit rester une terre d'accueil. «Avec de magnifiques opportunités qui, ajoutées aux grandes manifestations que l'on connaît, vont encore

enrichir son potentiel touristique. D'un côté, le futur Musée Chaplin, auquel les élus doivent croire et non rester sceptiques. De l'autre un autre musée en devenir, le Musée Nestlé. Deux images de la Riviera qu'il convient de valoriser. Sans compter la prochaine Fête des Vignerons en 2019, même si elle ne génère que peu de nuitées en soi-même. Mais elle véhicule aussi cette image partout dans le monde.»

Des raisons d'espérer donc, d'augurer encore d'un bel avenir touristique, qui s'orchestre autour des différents groupes de travail mis en place pour les partenaires autour du Montreux Convention Bureau: «Un bon outil de travail qui parvient à harmoniser les avis de chacun, notamment sur le produit phare qui gentiment se met en place: l'énotourisme.» Pour les hôteliers de la région,

## Retour vers le haut de gamme

**L**a réouverture d'un Grand Hôtel du Lac complètement repensé, relifté, revisité après de trop longues années de laisser-aller coupable des anciens propriétaires aura été le grand défi de Christopher Rudolph. Il a rendu à l'établissement la place à laquelle son bâtisseur, Ernest Burnat en 1868,

le destinait: le haut de gamme. «Cela a été un long, patient travail d'équipe», dit-il, en insistant sur le dernier terme. Car l'écrin réhabilité, il a fallu l'habiter, l'animer. «Tout le monde a dû repenser jusqu'au moindre des petits gestes et je suis fier d'avoir mené cette équipe au succès», conclut-il.

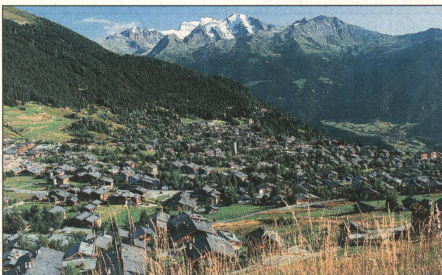
L'établissement, qui partage son chiffre d'affaires à égalité entre hébergement et F&B, est notamment de plus en plus apprécié pour les mariages, un modèle que Christopher Rudolph a, dès son arrivée, voulu revaloriser, inspiré par son passage au Ciragan Palace d'Istanbul. jje

## Crainces justifiées de la profession

**Les partis bourgeois souhaitent autoriser comme précédemment la transformation d'établissements hôteliers en résidences secondaires. Les socialistes et les verts s'y opposent.**

THERES LAGLER

A la fin de la semaine dernière, la procédure de consultation relative à la loi et à l'ordonnance d'application de l'initiative sur les résidences secondaires est parvenue à son terme et les positions sont désormais tranchées entre la droite et la gauche. Si les partis bourgeois répondent favorablement aux souhaits émis par le secteur du tourisme, les socialistes, les verts et les verts libéraux leur opposent une fin de non recevoir. «Nous considérons que les articles 7, 9 et 12 de la loi sont essentiels au respect du nouvel article constitutionnel», relève le parti socialiste.



Verbier: une station concernée par la procédure de consultation sur les résidences secondaires.

swiss-image.ch/Franziska Pfenniger

L'article 7 divise en trois catégories les résidences secondaires qui devraient être autorisées à l'avenir, l'article 9 est consacré au financement et à la réaffectation d'établissements existants tandis que l'article 12 traite de la transformation des logements acquis selon l'ancien droit.

Pour les communes qui possèdent une proportion de résidences secondaires supérieure à 20

de vente. Le parti socialiste souhaite supprimer cette dernière catégorie, car l'existence de cette plate-forme ne préviendrait pas la construction de résidences secondaires qui ne répondent pas à une réelle demande. Pour leur part, le PDC et le PBD se montrent moins pointilleux, mais s'interrogent sur la nécessité d'un programme de commercialisation internationale alors qu'une grande partie des résidences secondaires sont occupées par des Suisses.

**L'avenir des hôtels non rentables**

Une autre exigence essentielle de l'hôtellerie donnera assurément lieu à des débats animés, la transformation d'établissements non rentables en résidences secondaires. Cette disposition devrait s'appliquer à des hôtels ouverts depuis 25 ans qui ne peuvent plus être exploités de manière profitable.

Les socialistes, les verts et les verts libéraux combattent cette approche, saluée par les partis bourgeois, en alléguant qu'il est

possible de convertir les établissements non rentables en résidences principales ou de les démolir purement et simplement.

**Au risque de provoquer un référendum**

Les partis rouges-verts sont néanmoins prêts à engager la discussion sur le financement croisé de projets hôteliers par la vente de résidences secondaires. S'ils reconnaissent que de nombreux programmes peuvent être uniquement réalisés de cette manière, ils requièrent des conditions complémentaires, à l'image de l'intégration architectonique des résidences secondaires dans les établissements d'hébergement. Sur la question des résidences acquises selon l'ancien droit, les partis bourgeois, majoritaires, semblent pouvoir imposer leur point de vue, au risque toutefois de provoquer un référendum. Selon toute vraisemblance, les négociations seront ardues pour parvenir à un compromis.

Traduction Jean Pierre Amon sur la base d'un texte en page 2



René Pochon exerce une profession artisanale en voie de disparition, ensemblier-décorateur, au Beau-Rivage Palace de Lausanne.

Laetitia Bongard

## L'art de l'harmonie

**Le Beau-Rivage Palace de Lausanne possède encore son propre atelier de tapisserie. René Pochon y travaille en tant qu'ensemblier-décorateur depuis 25 ans.**

LAETITIA BONGARD

Il a l'énergie calme et sereine, celle de la passion qui dure. René Pochon, 68 ans, est ensemblier-décorateur au Beau-Rivage Palace de Lausanne depuis 25 ans. Une profession artisanale en voie de disparition qu'il n'abandonnerait pour rien au monde. «J'ai largement dépassé l'âge de la retraite, mais mon métier est tellement passionnant

qu'il est impensable de le laisser tomber totalement.» Son univers se décline en tissus, moquettes, couvre-lits, jupes de lits, rideaux, tentures murales, mais également en chaises, banquettes, fauteuils. Il embellit, rénove, parfait la décoration de l'établissement cinq étoiles supérieur ainsi que de son voisin et partenaire l'Hôtel Angleterre & Résidence (75 cham-

bres, 4 étoiles). Il apporte la touche finale, celle qui assure la cohérence et l'harmonie de l'ensemble. «Alors que l'architecte d'intérieur imagine un décor, notre rôle est de l'appliquer dans la réalité. Parfois, nous intervenons dans le choix des matériaux, pas toujours adapté à l'usage hôtelier.»

Il a accompagné les différentes mues de l'hôtel, à l'image des trois rénovations du Café Beau-Rivage, la dernière en date étant les chambres de l'aile Palace imaginée par l'architecte d'intérieur français Pierre-Yves Rochon. «Nous allons entamer la rénovation des 60 chambres restantes, cela devrait être plus simple, nous avons déjà nos repères.»

Travailleur de l'ombre, assidu et discret, il est secondé dans ses activités quotidiennes par deux ensemblières-décoratrices qu'il forme à la relève, une courte-poinrière chargée de la couture et d'un aide tapisserie. Pour les importantes étapes de rénovation, comme le «chantier Pierre-Yves Rochon», dix personnes ont été mobilisées sur cinq mois, dont plusieurs de son propre atelier situé aux Monts-de-Pully.

«La décoration représente environ 10% du budget total de l'entretien des deux hôtels, et l'atelier -

soit le personnel et le matériel - également 10% de ce même budget d'entretien», indique François Dussart, directeur du Beau-Rivage Palace.

**«L'architecte d'intérieur imagine un décor, nous l'appliquons dans la réalité.»**

René Pochon  
Ensemblier-décorateur

**Plaisir de travailler pour l'hôtellerie**

Au Beau-Rivage, aucune chambre (168 au total) n'a les mêmes dimensions. René Pochon soigne chacune d'elle avec

amour et dévotion. «Un caractère chaleureux qui n'a rien à voir avec les chambres d'hôtels glaciales et sans âme.» Il avoue son plaisir de travailler pour l'hôtellerie traditionnelle, humble et respectueux

face à un tel héritage. «L'hôtellerie 5 étoiles permet d'offrir la quintessence de notre métier, c'est très gratifiant.» Il a été formé à la connaissance des styles, avec des codes à respecter. Un exemple? «On ne met pas de rayures sur un fauteuil Louis XV.» Son défi aujourd'hui consiste à «lutter contre les tendances». Il déplore les tons tristes, préfère les décors intemporels. Il observe les modes, le renouveau de certains motifs, apprécie le retour - même discret - du papier-peint.

Lors de son apprentissage de tapisserie-décorateur à Lausanne, ils étaient 28 dans le canton à terminer la formation de 4 ans. Aujourd'hui ce nombre a drastiquement diminué et rares sont les jeunes diplômés à poursuivre dans l'hôtellerie. Avec son atelier de tapisserie intra muros, le Beau-Rivage fait figure d'exception dans le monde hôtelier, la plupart des établissements sous-traitent ce genre de service. «Cela nous permet une grande réactivité et rapidité d'intervention, notamment lorsque des meubles ou des voilages sont endommagés.» L'atelier, en contact permanent avec la gouvernante de l'hôtel, gère la maintenance au quotidien. Chaque année, 1500 à 2000 m<sup>2</sup> de moquette et une centaine de paires de voilages sont remplacés.

**Il connaît les fournisseurs, conseille la direction**

Dans le petit atelier lumineux, les rouleaux de tissus se chevauchent, témoignage de l'histoire des mutations, patrimoine génétique de l'habillement de l'hôtel. René Pochon estime entre 200 et 300 le nombre de références par étage. «L'avantage de cet atelier consiste aussi à assurer le suivi des achats, permet une vision globale de la décoration de l'hôtel, de garantir une ligne, une continuité.» A force d'expérience, il connaît les fournisseurs, les prix et la qualité des tissus, conseille la direction dans ses choix.

Alexandra Nicolier, qui travaille à ses côtés depuis cinq ans et lui succèdera le moment venu, est occupée à la machine à coudre. A l'entrée, un fauteuil dénudé attend d'être revêtu, représentant 15 à 20 heures de travail. «Nous devons fixer des priorités.» Autrement dit, rares sont les temps morts.

René Pochon navigue entre le Beau-Rivage et son propre atelier, qu'il a désiré avec pignon sur rue. «Nous avons longtemps travaillé cachés. Je pense que l'avenir de la profession réside dans la valorisation de notre savoir-faire.» Une vitrine pour un art à part.

## La visite de la grande dame

Margrit Mondavi, figure du vin en Californie, a été accueillie par Swiss Riviera Wine Tour. Elle a fait l'éloge de l'identité du Chasselas.



Nicolas Abundo, directeur de Swiss Riviera Wine Tour; Margrit Mondavi et Pierre-Luc Leyvraz, vigneron.

La société Swiss Riviera Wine Tour spécialisée dans l'œnotourisme vient d'accueillir dans le Lavaux Margrit Mondavi, veuve de Robert Mondavi (disparu en 2008), l'un des plus prestigieux producteurs de vins de la Napa Valley en Californie. Notamment le «Blanc fumé» et «Opus One». Margrit Mondavi était de passage en Suisse dans le cadre de ses activités philanthropiques.

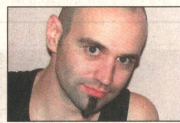
Native d'Apenzell, elle a grandi au Tessin sur les rives du lac Major. Pour cette visiteuse particulière et les quatre autres personnes qui l'accompagnaient, Swiss Riviera Wine Tour a décidé de rendre visite à Cyril Séverin, du Domaine Daley, à Lutry; Pierre-Luc Leyvraz, à Chexbres; Luc

Massy, à Epesses et Marc Huttenmoser du Clos de la George, à Yverne. «Nous avons choisi de rendre visite à cette poignée de producteurs, car ils sont le miroir de la tradition et de la modernité de notre vignoble», précise Samuel Nanchen, project manager auprès de Swiss Wine promotion. Margrit Mondavi s'est montrée très respectueuse de l'appellation Lavaux et a fait l'éloge de

l'identité du Chasselas, ainsi que des usages constants et loyaux de la viticulture vaudoise. «Elle n'a pas été surprise lorsque nous lui avons signifié que le Saint-Saphorin «Les Blessings» de Pierre-Luc Leyvraz figurait dans le dernier guide Parker et a été ravie de retrouver Luc Massy qui lui avait rendu visite à Napa Valley quelques ans auparavant», précise Samuel Nanchen. aca

## Sion en lumières va vibrer au son du métal

Alexandre Locher (photo) créera la musique du prochain spectacle Sion en lumières du 17 juillet au 13 septembre 2014. Ce



compositeur actif dans le groupe de métal Samael va intégrer à sa création originale un orchestre à cordes et des atmosphères médievales. Ces dernières années des grandes œuvres du répertoire classique étaient à l'honneur. La Ville espère par son choix artistique audacieux «véhiculer une image moderne et dynamique». Rodrigue Pellaud sera quant à lui en charge de la création lumières du même spectacle.

## Les gens

### La destination Verbier St-Bernard poursuit sa mue



Pierre-André Gremaud sera le directeur marketing de la destination Verbier Saint-Bernard. Un spécialiste de la communication et du marketing expérimenté, il a notamment dirigé les opérations marketing du Club Med Suisse. La mue entreprise par la destination va contribuer à diminuer l'ampleur de ses tâches pour les concentrer sur une mission principale, la promotion. La destination devient ainsi plus pointue et clairement orientée marchés. Les responsabilités de l'accueil, l'animation et la gestion sont assurés par les sociétés de développement. aca

### Le directeur du Préalpina s'en va



Olivier Lehrian a quitté la direction de l'Hôtel Préalpina, à Chexbres. Il dirigeait ce quatre étoiles depuis 21 ans. Des divergences de

vues à propos de la gestion avec le groupe hôtelier Sidorov seraient à l'origine de ce départ. Rappelons que son épouse et co-directrice, Andrea Széchenyi, n'avait pas voulu continuer l'aventure avec le nouveau propriétaire, à la fin de l'an dernier. L'établissement est actuellement dirigé par Alexandre Izari et Rachel Rumpf. La fin de l'année verra également le départ de Jean-Pierre Taverney, chef des cuisines depuis 20 ans. jje

Intégré au complexe touristique Mer de Glace, l'Hôtel des 4 Vallées à Nendaz s'apprête à accueillir ses hôtes. Cet établissement haut de gamme complète avantageusement l'offre de la station valaisanne.

MIROSLAW HALABA



Le complexe Mer de Glace de Nendaz devrait être intégralement terminé le 7 décembre.

Miroslaw Halaba

## 4 x 4 = 4 étoiles et 4 vallées

Les murs sont là. Mais il y a encore beaucoup à faire sur le chantier de l'Hôtel des 4 Vallées à Nendaz. Pourtant, les initiateurs viennent de l'assurer: tout sera terminé pour le 7 décembre, jour d'ouverture. Promis, juré! Et pour bien montrer qu'il y a de très bonnes raisons de terminer dans les délais, l'ingénieur et promoteur du projet, Jean-Daniel Masserey, a dit sur le ton de la boutade: «Si je me réjouis d'arriver au 7 décembre, ce n'est pas pour partir en vacances, mais pour fermer les robinets des comptes en banque, car le chantier me coûte un million de francs par jour ouvrable.»

Exploité par le groupe BOAS (htr du 2 octobre), l'établissement quatre étoiles Superior est un bijou pour Nendaz et pour la région des 4 Vallées. Unique dans cette gamme, situé au cœur de la station, il proposera 62 chambres et suites, des salles de séminaires, un piano bar, un carnotzet, un restaurant gastronomique et, last but not least, un wellness de 2200 m<sup>2</sup> qui sera ouvert au public. Soixante appartements, avec services hôteliers, dont cinquante ont déjà trouvé preneur, complètent le

complexe Mer de Glace. Une collaboration public-privé a notamment permis d'aménager un parking souterrain et un funiculaire public qui relie le complexe au départ de la télécabine du Tracouet. Le coût total du projet s'élève à 140 millions de francs, dont 30 millions pour l'hôtel et 6 pour son équipement. Ce complexe était très attendu, car il apporte une plus-value certaine à la station. «De qualité premium, l'hôtel participe à la montée en gamme de la destination», explique Sébastien Epiney, le directeur de Nendaz Tourisme. Le spa contribue à la diversification de l'offre touristique.

«Le complexe devrait générer quelque 100 000 nuitées par an»  
Les salles de séminaires permettront de développer le tourisme d'affaires, notamment les in-



«De qualité premium, l'hôtel participe à la montée en gamme de la destination.»

Sébastien Epiney  
Directeur de Nendaz Tourisme

Tourisme.

L'hôtel va démarrer avec 40 à 45 collaborateurs

Parmi les personnes ravies figure, le premier directeur de l'établissement. «L'hôtel se trouve à un emplacement stratégique et Nendaz est une station en devenir qui présente un bon potentiel de progression», indique Yves Mudry. Pour lui, c'est un retour aux sources. D'origine valaisanne, il a travaillé quinze ans en Asie. Le

centives pour les entreprises. Les lits créés augmenteront la capacité d'hébergement. «Le complexe devrait générer quelque 100 000 nuitées par an», estime Jean-Daniel Masserey. Enfin, par les matériaux utilisés, par son concept architectural, le complexe participe «à la valorisation du cœur de la station», précise encore le directeur de Nendaz

défi qui l'attend? «Le produit est nouveau, il va donc falloir nous faire connaître à travers beaucoup de commercial et de distribution.» L'hôtel entamera son démarrage avec 40 à 45 collaborateurs. Quant à la clientèle visée, elle sera suisse et internationale provenant des marchés porteurs, comme la Bel-

gique, l'Allemagne ou la Grande-Bretagne, et émergents, la Russie, par exemple. Le modèle économique sur lequel repose le projet, soit hôtel et appartements, rencontre un succès croissant, même s'il est généré aux alentours par la Lex Weber. Sébastien Epiney est d'avis, compte tenu des condi-

tions cadres qui règnent en Suisse, qu'il s'agit «de la seule solution réaliste pour financer l'hôtellerie». Il constate, par ailleurs, qu'il y a une demande pour les concepts hybrides, même en ville. «La différence entre l'hôtel classique et la parahôtellerie devient de plus en plus petite.»

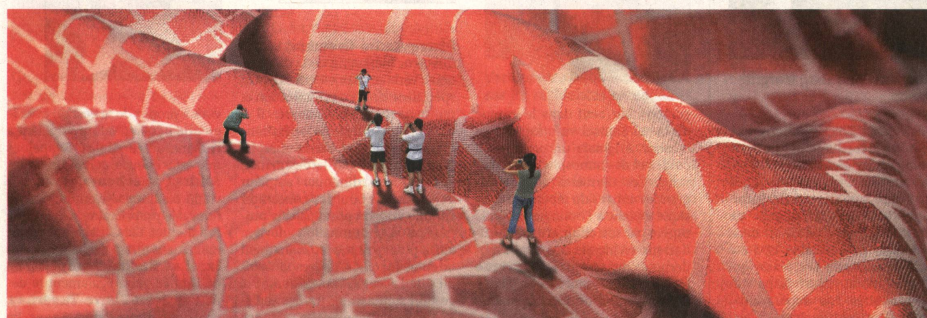
## W ou volonté d'avant-garde

Outre le complexe Mer de Glace à Haute-Nendaz, les 4 Vallées connaîtront une autre ouverture dans la catégorie des hébergements haut de gamme. Le 1er décembre, en effet, le groupe hôtelier américain Starwood ouvrira les portes de l'Hôtel W Verbier et de ses 15 résidences, dont 14 ont déjà été vendues.

L'établissement cinq étoiles, situé au cœur de Verbier, comprendra 107 chambres et 16 suites réparties dans quatre chalets. «Très typée, la marque W repose sur les trois piliers que sont le design, la musique et la mode et

qu'elle intègre dans le patrimoine bâti du lieu où elle s'implante», explique Pierre-Yves Déléze, responsable de la communication de l'association Les Trois Rocs, propriétaire du terrain. Ainsi, si les matériaux traditionnels, comme le vieux bois et la pierre, seront bien visibles à l'extérieur, à l'intérieur, ils seront mêlés à des éléments contemporains. «On est sur quelque chose d'avant-gardiste», note Pierre-Yves Déléze. Pour lui, les resorts W et Mer de Glace offriront aux clients des 4 Vallées «des produits différents, mais complémentaires».

L'ouverture de l'Hôtel W s'annonce bien. «Notre produit a été très bien reçu. Nous avons un bon niveau de réservation pour les fêtes de fin d'année et pour les mois suivants», indique Angeline Vincent, responsable du marketing. L'hôtel sera dirigé par le Belge Pierre-Henri Bovsovers. Quant au restaurant gastronomique, il sera placé sous la houlette du grand chef espagnol Sergi Arola. Présente actuellement dans le monde avec 44 enseignes, la marque W devrait compter 60 hôtels dans son portefeuille à l'horizon 2017. mh



Là, même les Chinois en font de grands yeux: textiles made in Switzerland

La seule maison en Suisse de tissage de toiles pour l'hôtellerie et la gastronomie fabrique depuis plus de 140 ans des textiles de haute qualité. L'entreprise traditionnelle de Burgdorf compte aujourd'hui parmi les plus modernes d'Europe pour le tissage jacquard.

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

Schwob  
textiles of Switzerland

ANNONCE

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

hotellerie.luze  
protel

**Die Logiernächte steigen stetig, das MICE-Geschäft blüht, die Altstadt schlägt als unermüdliches touristisches Herz. Ist die Tourismusstadt Bern eine echte Erfolgsgeschichte?**

ALEX GERTSCHEN



Kulisse einer kühnen Idee: Bedarf die Tourismusstadt Bern einer Destination «Bern-Jungfrau», damit sich ihr Aufschwung fortsetzt?

swiss-image.ch/Franziska Pfenniger

## Schön und gut, Bern

Freitag, 18. Oktober, vormittags auf der Direktion von Bern Tourismus. Markus Lergier wirkt übermüdet, aber zufrieden. Das Stadtparlament hat am Vorabend zu später Stunde entschieden, die Tourismusorganisation weiterhin mit 890 000 Franken pro Jahr zu unterstützen. Es lehnte einen Sparantrag ab und folgte dem Appell von Gemeinderat Reto Nause, der die Stadt im Vorstand von Bern Tourismus (BET) vertritt, «den Erfolg nicht zu bestrafen».

### Bern aus der Binnenperspektive und im Vergleich

Beim Blick auf die Logiernächte ist der Tourismusstadt Bern der Erfolg tatsächlich nicht abzuspüren: Zwischen 2003 und 2012 wuchsen sie um fast 50 Prozent. Dieses Jahr dürfte erstmals die Grenze von 700 000 übertroffen werden. «Wir sind zuversichtlich», sagt Lergier mit einem Lächeln.

An diesem prachtvollen Herbsttag tummeln sich draussen, in den Gassen der Altstadt, zahlreiche Touristen. Die belebte historische Kulisse ist und bleibt der Trumpf Berns – nicht nur im Freizeit-, auch im Geschäftstourismus. Laut Lergier entfallen auf den Business-Bereich 65, auf den Freizeitbereich 30 und auf die Politik 5 Prozent der Logiernächte.

«Tagungen und Kongresse werden an Orten durchgeführt, die attraktiv sind. Und Bern hat in den letzten Jahren an Attraktivität gewonnen», sagt der Lergier. Als Beispiele erwähnt er die neue MICE-Infrastruktur im Stade de Suisse und im Zentrum Paul Klee, den

neuen Bärenpark, den neuen Kurssaal, den umgestalteten Bundesplatz und Grossausstellungen wie jene zu Albert Einstein oder den chinesischen Terrakottakriegern. Ist dies der Stoff einer touristischen Erfolgsgeschichte? «Ja, natürlich», ruft Lergier aus.

Ebenso natürlich ist, dass die Beantwortung dieser Frage von der Perspektive abhängt. Wer die Berner Binnensicht verlässt und die Entwicklung der Logiernächte in anderen schweizerischen Städten berücksichtigt, merkt sofort: Auch anderswo hat das letzte Jahrzehnt ein beachtliches, bisweilen stürmisches Wachstum gebracht. Zürich und Genf spielen weiterhin «hors catégorie». Basel und Luzern sind bereits da, wohin Bern in den nächsten zehn Jahren strebt: oberhalb der Grenze von einer Million Logiernächten. «Der Vorstand von BET hat dieses ambitionöse Ziel ausgegeben», freut sich Lergier. Bleiben Lausanne und Interlaken, mit dem sich Bern ein Kopf-an-Kopf-Rennen um die Führung im Kanton liefert.

Kann man von der Tourismusstadt Bern als einer Erfolgsgeschichte sprechen, wenn sie – die Hauptstadt – sich auf gleicher Höhe wie Interlaken und Lausanne bewegt? Es ist dies eine dornige Frage.

Unzweifelhaft bringt der besondere politische Status Vorteile mit sich, die über die Logiernächte der Parlamentarier hinausreichen. Die Bundesverwaltung und die unzähligen Interessenvertreter, die sich im Dunstkreis der Macht angesiedelt haben, sind wichtige Motoren des brummen-

den MICE-Geschäfts. Hinzu kommen ganz profane, aber nicht zu unterschätzende Vorteile, wie die Präsenz auf Landkarten.

Gemütlichkeit, im In-sich-Ruhen der Berner nicht eine Genügsamkeit und Provinzialität, die durchaus respektabel sind?

Jonathan Loosli sitzt im Café Volver am Rathausplatz bei Kaffee und Kuchen – und mitten in diesem Zwiespalt. Wenn der 34-Jährige

### Entwicklung der Übernachtungen im laufenden Jahr

	Jan. bis Aug. 2013 (Vgl. zu Vorjahr, in %)
Lausanne	+7,3
Luzern	+4,8
Bern	+4,7
Zürich	+3,9
Genf	+3,7
Basel	+1,9
Interlaken	+1,8
Schweiz	+2,8

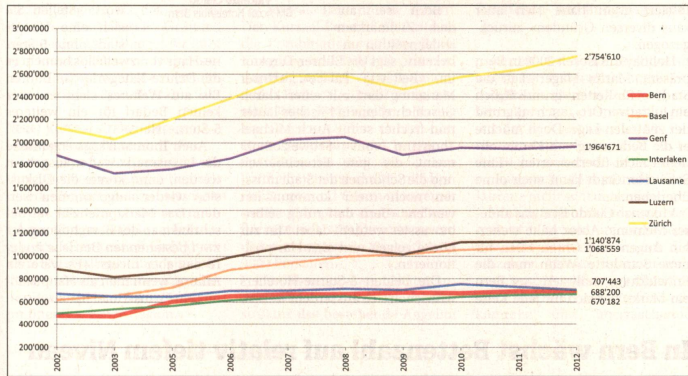
Quelle: Bundesamt für Statistik

ge nicht auf Filmdreh ist oder am Stadttheater auf der Bühne steht, macht er freies Theater und Partys. Einerseits hält er, der in Deutschland studiert und gearbeitet hat, das lokale Kulturangebot gegenüber vergleichbaren deutschen Städten für «norm». Andererseits regt er sich über das Kleinkrämerium auf, von welchem Verwaltung und Politik beim Thema Kultur immer wieder ergriffen würden.

«In Basel oder Zürich wird nicht dauernd über das Sparen geredet», sagt Loosli, der in der Nähe von Bern aufgewachsen ist und die Stadt «liebt». «Ich weiss, dass

Fortsetzung auf Seite 13

### Berns Logiernächte-Wachstum im Städtevergleich



Im letzten Jahrzehnt haben die Übernachtungen in Bern um fast die Hälfte zugenommen – ein Erfolg, fürwahr, aber kein einsamer. Auch die anderen grossen Tourismusstädte haben zugelegt.

Quelle: Bundesamt für Statistik (2004 keine Erhebung)/Grafik: htr hotel revue

ERFAHRUNG,  
DIE SICH AUSZAHLT.



WWW.HOTELA.CH

# Luxus, Ketten, Hotels

**Berns Hoteliers freuen sich ob des Anstiegs der Logiernächte und sehen weiteres Potenzial. Ob dieses Ketten- und Luxusbetriebe anziehen wird, ist jedoch fraglich.**

MELANIE ROTH

Ein Logiernächte-Rekord nach dem anderen hat die Stadt Bern im letzten Jahrzehnt gebrochen, die magische Grenze von 700'000 ist in Reichweite. Kein Wunder, herrscht unter den Hoteliers Freude – nicht aber Selbstzufriedenheit. «Touristisch ist in den vergangenen zehn Jahren enorm viel gegangen», meint Vincenzo Ciardo, General Manager von Accor Hotels/Ibis Bern Expo. Doch

gebe es im MICE-Bereich noch grosses Wachstumspotenzial. Philipp Näpflin, Direktor Hotel Bern, sieht demgegenüber vor allem im Freizeitbereich noch Luft nach oben und betont die zunehmende Bedeutung Berns als Ausgangspunkt für Tagesausflüge. Auch Martin Mager, General Manager im «Holiday Inn» des Einkaufszentrums Westside, meint: «Wir haben noch massives Potenzial, der Freizeitwert in Bern ist gigantisch und absolut vergleichbar mit anderen Grossstädten – Bern hat dabei mehr Charme und ist individueller.»

**«Bau neuer Hotelzimmer nur für Spitzenzeiten nicht sinnvoll»**

Dass man noch lange nicht an Wachstumsgrenzen stösst, glaubt auch Michael Thomann, General Manager des Hotels Schweizerhof: «Bern ist für mich nach wie vor ein kleines Geheimnis und immer wieder für Überraschungen gut. Die Altstadt als Unesco-Welterbe birgt noch Potenzial, denn gerade in der schnelllebigen Zeit haben geschichtliche Anker-



Das «Holiday Inn» beim Einkaufszentrum Westside ist neben den Accor-Hotels am Guisanplatz das einzige Kettenhotel in Bern.

punkte eine grosse Wertigkeit.» Zu euphorisch dürfe man aber nicht sein, betont Martin Mager: «Wir sollten auf keinen Fall den gleichen Weg wie Zürich einschlagen, wo es mittlerweile mehr Hotelzimmer als Wohnungen gibt.» Von Bern Tourismus wird der Wunsch nach mehr Betten immer wieder geäussert. Ist die entspre-

chende Nachfrage tatsächlich vorhanden? Die Annahme sei, dass mit mehr Hotelbetten grössere Kongresse nach Bern geholt werden könnten, erklärt Mager. «Das ist ein Punkt, aber nicht der ausschlaggebende – es macht keinen Sinn, nur für Spitzenzeiten mehr Hotelzimmer zu bauen.» Philipp Näpflin plädiert dafür, bei Kongressen vermehrt auf die Nachhaltigkeit statt auf die Grösse zu achten. Und überhaupt: «Wenn die Nachfrage konstant wäre, warum gibt es dann keine neuen Hotelprojekte?»

Eine Frage für Vincenzo Ciardo. Accor liess sich 2004 als erste Kette in Bern nieder und bescherte der Stadt auf einen Schlag 300 zusätzliche Zimmer – ein Zuwachs von fast 20 Prozent. Laut Ciardo hat sich die Gruppe auch für ein Hotel im «Haus der Religionen», das am Europaplatz entsteht, interessiert. Man habe sich aber «aus diversen Gründen» zurückgezogen.

Holiday Inn ist seit 2008 in Bern präsent. Martin Mager sagt, die Stadt sei für Ketten «grundsätzlich ein lukrativer Ort», auch aufgrund der zentralen Lage. Doch möchte er die Bedeutung von Ketten ohnehin nicht überbewerten. «Eine Schweizer Stadt kann auch ohne überleben.» Vincenzo Ciardo ist etwas anderer Meinung. Accor halte weiterhin Augen und Ohren offen für neue Standorte. Wenn man die Entwicklung analysiere, sei Bern ein Markt, der sich für jede Kette

lohne. Er denkt, dass bald weitere Mitbewerber kommen werden. Bern brauche mehr Internationalität. «Weitere grosse Hotelbrands würden helfen, Bern bekannter zu machen.»

Dass Bern bekannter werden muss, sagen die Hoteliers unisono. Dabei solle nicht immer der Fehler gemacht werden, die Vermarktung an Kantons- oder Stadtgrenzen zu binden, sagt Näpflin. «Jede Region profitiert, wenn sich ein Kanton oder die gesamte Schweiz gut vermarktet.»

**Ruf nach mehr Selbstbewusstsein**

Bern sei auf den Zielmärkten leider weithin unbekannt, sagt Urs Bühler, Direktor im «Bellevue Palace». «Unser Marketing darf mit einer klaren Geschichte, einem Klischee lauter und frecher sein.» Auch Michael Thomann vom «Schweizerhof» meint, die gute Erreichbarkeit und die Schönheit der Stadt müssten noch mehr kommuniziert werden: «Bern darf ruhig selbstbewusster werden, dabei Mut zur Lücke zeigen und sich klar positionieren.» Die beiden 5-Sterne-Hoteliers wünschen sich ausserdem weitere

Organisationen vom Kaliber des Weltpostvereins und betonen, wie wichtig es sei, den Regionalflyer politisch zu stützen. «Skywork hat mit ihrem Streckennetz Pionierarbeit geleistet. Die Leistungskette bricht jedoch zwischen

Flughafen und City ab, der öffentliche Verkehr ist für ausländische Gäste alles andere als gastfreundlich», ärgert sich Bühler.

Wie viele Luxushäuser braucht denn Bern als kleiner Wirtschaftsstandort? Diese Frage kriegen Thomann und Bühler regelmässig zu hören. Entsprechend direkt ist ihre Antwort: «Stellen Sie sich eine Hauptstadt ohne 5-Sterne-Haus vor; zweifellos braucht es die Deluxe-Kategorie», so Bühler. Bis auf Weiteres sieht er aber keinen Bedarf für ein weiteres 5-Sterne-Haus.

Auch Thomann sagt, erst müsse der Luxusmarkt weiter ausgebaut werden, dann könne die Diskussion wieder aufgenommen werden. Das Marktpotenzial sei beschränkt, an der Berechtigung der zwei bestehenden Betriebe ändere das aber nichts: «Es wäre ein Affront, wenn man als Hauptstadt nur ein Luxus-Hotel hätte.»



**«Weitere grosse Hotelbrands würden helfen, Bern bekannter zu machen.»**

Vincenzo Ciardo  
GM Accor Hotels/Ibis Bern

ANZEIGE

## «Ich bin Ihr Treuhänder mit Mehrwert»

Rainer Jöhl  
Betriebsökonom FH  
Executive MBA



Wenn es um korrekte, nachhaltige Treuhandleistungen für Ihr KMU geht, verstehen wir keinen Spass. Locker lassen wir erst, wenn Sie sich des garantierten Mehrwerts unserer Leistungen erfreuen.

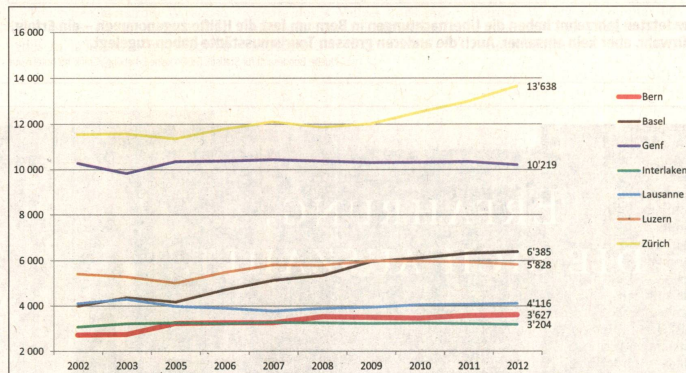
Treuhand für Ihr KMU.  
Perfekt auf Sie abgestimmt. Persönlich in der Betreuung. Spezialisiert in Fachbereichen.  
Wir denken mit – seit 1948.



**balmeretienne**

Treuhand | Steuern | Wirtschaftsprüfung und -beratung | Recht  
www.balmer-etienne.ch

## In Bern wächst Bettenzahl auf relativ tiefem Niveau



Die Entwicklung der Bettenzahl in den wichtigsten Stadthotellerie der Schweiz: Basel wächst rasant, Bern ansehnlich und Zürich entschwebt über die Wolken. Der Rest stagniert.

Quelle: Bundesamt für Statistik/Grafik htr

# Kongressstadt mit Drive

**Geschäftstouristen generieren in Bern zwei von drei Logiernächten. Treibende Kräfte sind der Kursaal und die Bernexpo. Bei Grossanlässen stösst die Stadt aber an Grenzen.**

DENISE WEISFLOG

Als im Frühsommer im Berner Kursaal der Switzerland Travel Mart (STM) durchgeführt wurde, reisten 450 Einkäufer und 50 Kongressorganisatoren aus aller Welt an, um sich über die Angebote des hiesigen Incoming-Tourismus zu informieren. Der STM 2013 illustriert beides, sowohl Berns Attraktivität für Meetings, Incentives, Conventions und Events (MICE) als auch die Bedeutung dieses touristischen Segments für die Bundesstadt. Laut Bern Tourismus generiert es rund 65 Prozent aller Übernachtungen.

Bernhard Rhy, Direktor von Bern Incoming, einer Tochtergesellschaft von Bern Tourismus, erklärt, dass vor allem Teilnehmer von internationalen Kongressen häufig drei oder vier Nächte und damit länger als der durchschnittliche Feriengast bleiben.

Der Geschäftstourismus profitiere überdies davon, dass er wetterunabhängig sei und dank der vielen einheimischen Gäste weniger empfindlich auf Währungsturbulenzen reagiere als der Leisurereich. Aus diesen Gründen wurde das MICE-Budget für 2014 von 40 auf 50 Prozent des gesamten Marketingbudgets erhöht. Neu beträgt es 800 000 Franken.

## Neuer Kursaal strahlt über Landesgrenzen hinaus

Laut Rhy führen vor allem die Um- und Neubauten des Kursaals und der Bernexpo dazu, dass Bern in die «Top-Liga» der europäischen Kongressstädte aufgestiegen sei. «Der Kursaal verfügt mit dem Hotel Allegro über eine All-in-one-Lösung. Von der Kapazität der Bernexpo von 5000 Personen profitiert die ganze Region.»

Auch Patrik Scherrer, scheidender Direktor der Kongress + Kursaal Bern AG, ist von der Signalwirkung des im August 2012 neu eröffneten Kursaals überzeugt. Die intensive Kommunikation während des Umbaus, die Eröffnungskampagne und die verstärkten Salesaktivitäten zeigten Wirkung. «Eine Ausstrahlung über die Landesgrenzen hinaus haben wir dank internationaler Kongresse in Zusammenarbeit mit der Universität, Verbänden und der Wirtschaft erreicht», sagt Scherrer.

Neben zahlreichen anderen Veranstaltungen fanden mehr als zehn nationale und internationale Kongresse über mehrere Jahre hinweg in Bern statt. «Wir bauen das Segment Kongresse kontinuierlich aus und nutzen unser Netzwerk, um weitere nationale und internationale Veranstaltungen zu holen», erklärt Scherrer.

## Bernexpo plant Konferenzgebäude für maximal 9000 Personen

Auch mit Grossveranstaltern im Event-Bereich sei man längerfristige Kooperationen eingegangen. Veranstaltungen wie die kürzlich



**«Wir haben die Umsatzzahlen der Jahre vor dem Umbau deutlich übertroffen.»**

**Patrik Scherrer**  
Direktor, Kongress + Kursaal Bern

erstmals im Kursaal durchgeführte Gala de Bern oder der Milestone des Schweizer Tourismus sind laut Scherrer zur Steigerung des Image und der nationalen Bekanntheit wichtig.

«Wir konnten die Umsatzzahlen der Jahre vor dem Umbau deutlich übertreffen und verzeichnen auch für die nächsten Jahre eine gute Buchungssituation», sagt Scherrer.

Als Trümpfe der Location nennt er die Grosszügigkeit der Räume, die bis zu 1500 Personen Platz böten, die moderne Infrastruktur und Eventtechnik sowie die zentrale Lage in Bern. Den Kursaal Bern zeichne zudem die Kombination von Hotellerie, Kongress- und Eventplattformen, Catering und Grand Casino aus.

Zur Entwicklung der Kongressstadt Bern dürfte die Realisierung des Projekts «BeLive Center» der Bernexpo Gruppe viel beitragen. Spätestens bis 2018 soll die alte Festhalle einem multifunktionalen Event- und Conventioncenter weichen. Geplant sind eine Nutzfläche von 17 000 Quadratmetern und eine maximale Kapazität von 9000 Personen.

Laut Kommunikationsleiter André Caradonna soll die neue Infrastruktur das bestehende Angebot



Die Messe- und Kongressstadt Bern verspürt Rückenwind. Im Bild die Ausstellung Suisse Nautic in der Bernexpo.

ergänzen und Konzerte, Musicals oder Fernsehproduktionen ermöglichen. Bereits heute sei die Bernexpo mit Veranstaltungen wie der BEA mit über 300 000 Besuchern oder «Swiss Skills 2014», der Meisterschaft der Berufsleute, so aufgestellt, dass man die Konkurrenz nicht scheuen müsse.

Wichtig ist laut Caradonna, dass man sich sowohl auf der Ebene des Unternehmens als auch der einzelnen Messen konstant weiterentwickelt. «Wir versuchen immer, einen Schritt vorwärts zu kommen und überraschend

Konzepte zu präsentieren. Dabei steht die Live-Communication im Vordergrund.» 2012 hat die Bernexpo mit rund 100 Festangestellten einen Betriebsertrag von fast 47 Millionen Franken generiert.

## Wunsch des Touristikern nach zusätzlichen Hotelbetten

Trotz dieser Entwicklungen liegt Bern im aktuellen Städteranking der International Congress + Convention Association (ICCA) mit 18 internationalen Verbandskongressen lediglich auf Platz 126. Die Mitbewerber Zürich, Genf

und Basel rangieren mit 70, 49 beziehungsweise 26 Grossanlässen auf den Plätzen 30, 43 und 88.

Gemäss Bernhard Rhy von Bern Incoming wird die Akquisition in Zukunft stärker auf diesen Bereich fokussiert. Zu diesem Zweck seien vor zwei Jahren ein Ambassadorsprogramm und eine intensive Zusammenarbeit mit der Universität Bern ins Leben gerufen worden. In den neuen Märkten in Übersee wolle man Bern aber vor allem als ideale Destination für Incentive-Reisen positionieren.

Nachholbedarf ortet Rhy bei der Hotellerie. Diese habe mit der Expansion der Kongress- und der touristischen Infrastruktur nicht mithalten können. «Die Stadt leidet gelegentlich unter Kapazitätsengpässen, zum Beispiel, wenn grössere Events auf eine Session der Eidgenössischen Räte fallen.» Ein weiteres 3- oder 4-Sterne-Hotel einer internationalen Kette sowie einige Nischenhotels in der Altstadt könnten das Manko beheben – und Bern im Wettbewerb um internationale Grossanlässe weitere Pluspunkte beschern.

Fortsetzung von Seite 11

anderswo mehr Geld vorhanden ist. Dennoch sollte sich Bern nicht um die Inhalte drücken, sondern sich der Frage stellen, was es als Hauptstadt und Tourismusstadt für eine Kultur braucht.»

Jürg Stettler, ein gebürtiger Berner und heute Tourismusprofessor in Luzern, warnt davor, politische Ambitionen von der politischen Bedeutung abzuleiten. Basel habe dank seines Kulturangebots, des Flughafens und insbesondere Easyjet klare Vorteile. Luzern sei in den Fernmärkten wesentlich besser positioniert als Bern. «Zudem versteht sich Luzern als Tourismusstadt, weshalb entsprechende Bemühungen breiten Rückhalt geniessen.»

Beatrice Imboden, die Präsidentin von Bern + Mittelland Hotels, sieht in diesen zwei Punkten

die grössten Defizite der Tourismusstadt Bern – und BET. «Bern kennt man auf den Fernmärkten viel zu wenig», sagt sie. Das Manco an ausländischen Freizeittouristen ist für sie ein Grund dafür, dass die Auslastung an den Wochenenden tiefer sei als in anderen Städten. Der fehlende politische Rückhalt habe sich im Sparantrag gezeigt, der am Vorabend im Stadtparlament gescheitert sei.

Diese Aussagen versteht sie auch als Selbstkritik: Der Vorstand von BET,

**Beatrice Imboden**  
Präsidentin Bern + Mittelland Hotels



dem sie seit 2006 angehört, habe sich bis vor Kurzem zu wenig um diese Ziele gekümmert. Präsident Alec von Grafenried bestätigt,

dass 2012 ein neuer Strategieprozess eingeleitet wurde. Auch er hält Berns Bekanntheit auf den Fernmärkten für unbefriedigend.

«Doch das BET-Marketing kann dies kaum wesentlich beeinflussen.» Eine unabhängige Studie habe zu dem gezeigt, dass BET die im Vergleich zu Basel und Luzern geringeren Mittel effizient einsetze. «Wir

müssen Prioritäten setzen, und diese liegen im wertschöpfungsstarken Geschäftstourismus.»

Markus Lergier denkt an dieses Segment, wenn er weitere Betten fordert, «am liebsten von internationalen Ketten».

Bern stosse unter der Woche zu oft an Kapazitätsgrenzen. Laut Imboden haben die Hoteliers dagegen keine Einwände, «doch hätte sich wohl schon längst eine weitere Kette niedergelassen, wenn der Standort Bern genügend attraktiv wäre.»

Einig sind sie sich hinsichtlich der Bedeutung der Partnerschaften für die Bearbeitung der Fernmärkte. Unter dem Dach der BE! Tourismus AG soll die Kooperation mit dem Oberland intensi-

viert werden. Für Fernost, wo die kantonale Marketingorganisation nicht aktiv wird, scheint ein Zusammenrücken mit dem starken Brand «Jungfrau» die einzige Möglichkeit, um innert nützlicher Frist Terrain gutzumachen.

Urs Kessler, der CEO der Jungfrauabteilungen, hält viel davon: «Ich hätte die kantonale Marketingorganisation ohnehin gleich «Bern-Jungfrau» genannt», sagt er.

Wer an einem Herbsttag wie dem letzten Freitag auf der Monbijoubücke steht und den Blick von der Altstadt zum verschneiten Jungfrau-Massiv schweifen lässt, wird die Idee nicht vorsehnell abtun. Ob die Erfolgsstory Berns nun bereits geschrieben worden oder

noch zu schreiben ist: Für das nächste Kapitel bedarf es wohl eines Co-Autors.

ANZEIGE

**EuroTime** Immer einen Schritt voraus

**Die Branchensoftware** für Personalplanung und Zeiterfassung

www.swit-ag.ch

# fokus – den Dingen auf den Grund gehen 10 Wochen lang für CHF 29.00

Vertiefen Sie 10 Wochen lang Ihr Wissen für CHF 29.00!

Oder beziehen Sie die htr hotel revue gleich

im Jahresabonnement für CHF 169.00.

Telefon 031 740 97 93, [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)

**htr** hotel revue

## leserbrief

### Die Zeit mit dem Gast statt mit vielen verbringen

htr hotelrevue vom 17.10.2013: «fokus»-Interview mit Daniel Werner über das Yield Management in der Ferienhotellerie

Herr Werner, CEO von «The Dom Collection», hat recht, dass Yield Management in unseren Hotels zu berücksichtigen ist. Aber bisher wurde es meistens in der Stadt eingesetzt, wo die Gäste im letzten Moment buchen und je nach der Offerte auch den besten Preis auszuwählen. Im Oberwallis und vor allem in Saas-Fee, einer Destination mit einer «Wow!»-Landschaft und unvergleichlichen Schneekonditionen, ist Yield Management wichtig, aber nicht unbedingt die Lokomotive, die die Hotels füllt.

Herr Werner sagt, er beschäftige sich täglich eine Stunde mit Yield Management und dies ... zu Hause! Meiner Meinung ist das das Problem. Man sollte diese Zeit mit dem Gast verbringen und ihm eine einzigartige und unvergessliche Erfahrung hinterlassen; ihm die vielen Geschichten von Saas-Fee erzählen (Storytelling) und raten, welche Pisten zu befahren, welche Berge zu besteigen sind.

Viele grosse Manager denken, wenn man hinter einem Computer sitzen, würden die Gäste auf einmal erscheinen, und die Besetzung und Erträge erhöht sich. Zum Glück ist der Gast, und vor allem der Gast, der Saas-Fee statt Zermatt wählt, nicht ein Roboter, sondern ein Mensch mit Gefühlen und einem gewissen Charakter. Einige haben mehr Geld und einige weniger, aber alle einig ist etwas: die Liebe zu den Bergen und dem einfachen Leben von Saas-Fee. Sie wollen weg vom Computer und wirkliche Naturferien verbringen.

Yield Management ist nicht neu. Die Fluglinien wenden es schon seit 30 Jahren an. Aber sehr schnell haben sie gemerkt, dass es mit extremem Yield Management nur bergabwärts geht. Die Amerikaner sind Experten in «Now!»-Rabatten, aber man schaue sich nur ihre Ökonomie an, wie sie am Leiden ist. Länder mit ehrlichen Preisen sind erfolgreicher. Ein ehrlicher Preis ist ein Preis, der der Leistung entspricht, und er wird vom Gast als solcher erkannt.

Vielleicht hat Herr Werner mit «The Dom Collection» Erfolg. Eine Collection ist ein positives Zeichen und eine gute Methode, um sich im Dschungel von Hotelketten zu verteidigen. Wenn sich für alle eine Win-win-Situation ergibt, dann machen wir auch gerne mit.

Peter Wirth, CEO

The Three Star Alliance (Hotels Artemis, Marmotte und Walsler), Saas-Fee

### Sodexo will in der Schweiz wachsen. Potenzial sieht Geschäftsführerin Cathrine Pauli im Facility Management und im Catering, aber nicht um jeden Preis.

GUDRUN SCHLENCZEK

**Cathrine Pauli, Sodexo erzielt international bereits einen guten Teil des Umsatzes mit Non-Food-Leistungen. Bei wie vielen der 26 Schweizer Betriebe bieten Sie neben dem Catering noch weitere Leistungen an?**

An sechs Standorten sind wir als Caterer tätig. In einem Betrieb bieten wir Facility Management (FM) und Catering an, bei den restlichen 19 erbringen wir klassische FM-Dienstleistungen, die von der Reinigung und anderen «Soft Services» bis zum Betrieb der Infrastruktur und Technik gehen. Bei Sodexo Schweiz beträgt dieser Anteil schon mehr als 60 Prozent.

#### Wie erklären Sie sich diese Entwicklung?

Sodexo ist in der Schweiz erst 2008 so richtig gestartet. Gleichzeitig beteiligt sich Sodexo stark an internationalen FM-Ausschreibungen und konnte in den letzten Jahren in diesem Bereich den Umsatz erheblich steigern. Es gibt kaum ein grosses internationales Unternehmen, das nicht Aktivitäten in der Schweiz hat und FM-Dienstleistungen bezieht, die Teil einer internationalen FM-Ausschreibung sind. Auf diese Weise haben wir als Sodexo Schweiz die Möglichkeit, mit zu offerieren.

#### International wird aber zunehmend Catering und FM im Paket ausgeschrieben. Spüren Sie das nicht?

In internationalen Ausschreibungen ist die Personalgastronomie oft in das Facility Management integriert. Die Schweiz verhält sich in diesem Bereich eher zurückhaltend. Es gibt jedoch immer wieder schöne Beispiele, dass nach einigen Jahren Zusammenarbeit Kunden Sodexo das ganze Paket übergeben. Das ermuntert uns sehr, uns in diese Richtung weiter zu bewegen.



Bei Sodexo Schweiz beträgt der Anteil der Facility-Management-Leistung bereits 60 Prozent.

## Mit Rückenwind

#### Verliert das Catering für Sodexo an Bedeutung?

Keinesfalls. Es gibt keine Leistung, bei der man so nah am Kunden ist, so direktes Feedback vom Kunden erhält. Ist das Essen nicht gut, vernimmt das ein Caterer postwendend. Es dauert viel länger bis bei der Reinigung reklamiert wird.

#### Das Catering als Visitenkarte?

Das kann man so sagen. Ein schöner Coffee-Corner weckt Emotionen, der Reinigungsdienst weniger.

#### Wollen Sie das Catering in der Schweiz aktiv ausbauen?

Selbstverständlich sind wir auch an einem Wachstum im Bereich Catering interessiert. Der Markt im Bereich Personalverpflegung ist unter den grossen Anbietern allerdings stark aufgeteilt. Oft sind Ausschreibungen dadurch ein preisgünstigerer Verdrän-

gungskampf. Wir analysieren deshalb Ausschreibungen im Vorfeld genau, bevor wir wirklich anbieten.

#### Wie viel kann ein Auftraggeber einsparen, wenn er das FM Ihnen in die Hand gibt?

Das hängt davon ab, inwiefern die FM-Dienstleistungen bereits optimiert wurden. Outsourcing ist dabei meist der grösste Treiber für Einsparung, weil die FM-Dienstleistungen auf einmal gesondert betrachtet werden. Das Sparpotenzial schwankt zwischen 5 und 25 Prozent. Unser grosser Vorteil ist, dass wir aus dem Catering kommen. Damit haben wir eine ausgeprägte Kundenansicht.

Wie kommt es, dass das integrale Facility Management in der Schweiz noch so wenig entwickelt ist? In der Schweiz wird integrales FM eigentlich vor allem ohne

Catering verstanden. Die Gründe dafür kenne ich nicht. Ich vermute, es hängt damit zusammen, dass es Berater gibt, die entweder im Catering oder im Non-Food-Facility-Management (Soft- und Hardservices) stark sind. Oft werden auch die Budgets in unterschiedlichen Abteilungen betreut. Das hält den Abstand aufrecht. Weiter spielen Gegengeschäfte in der Schweiz noch eine grosse Rolle. Dies führt dazu, dass Kunden gerne kleinere Pakete an verschiedene Anbieter geben als ein ganzes Paket an einen Anbieter im Sinne von integralem FM.

#### Ab welcher Unternehmensgrösse lohnt es sich, Facility-Management-Dienste outzusourcen?

Das kann man nicht verallgemeinern, weil es stark von der Firmenstrategie der FM-Anbieter abhängt. Ein Anbieter mit einer starken Niederlassungsstruktur kann kleine Aufträge annehmen, weil er vor Ort ist. Sodexo jedoch ist schweizweit mit festen Teams direkt beim Kunden ohne Niederlassungsstruktur. Deshalb sind wir eher an grösseren Aufträgen interessiert.

#### Welches sind Ihre Expansionsziele in der Schweiz?

Dank unserer internationalen Kontakte gehen wir von einem Wachstum über dem Marktdurchschnitt aus. Wir sind in der glücklichen Lage, dass wir von Firmen angefragt werden. So können wir wachsen, auch wenn der Bekanntheitsgrad von Sodexo in der Schweiz noch verbessert werden muss.

### Sodexo Gruppe Bilanz nach fünf Jahren Schweiz

Weltweit ist Sodexo in 80 Ländern tätig und in Europa der fünfgrösste Arbeitgeber. Das Unternehmen erzielte in den ersten neun Monaten des Jahres 3,7% mehr Umsatz. Seit 2008 ist die Firma als Sodexo (Suisse) SA in der Schweiz vertreten. Sodexo Schweiz beschäftigt 400 Mitarbeiter und erzielte 2012 einen Umsatz von 25 Mio. Franken. Zur Firma zählen 26 Betriebe diverser Auftraggeber wie Johnson & Johnson, das Gesundheitsunternehmen MSD und Unilever. Cathrine Pauli ist seit Dezember 2012 Geschäftsführerin der Sodexo Schweiz.



«In der Schweiz wird integrales FM vor allem ohne Catering verstanden.»

Cathrine Pauli  
Sodexo (Suisse) SA

# igeHo

23.-27. November 2013 | Basel | www.igeHo.ch  
Internationale Fachmesse für Hotellerie,  
Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum

KNOW-HOW FÜR PROFIS  
DER HOTELLERIE:

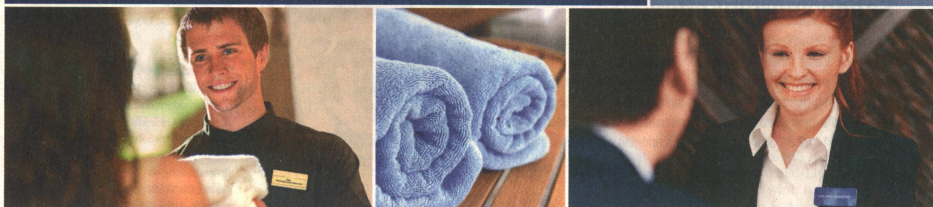
Hier gibt's alles für gute Gastgeber.

PARALLEL  
ZUR IGEHO:  
Salon Culinare  
Mondial 2013

Powered by



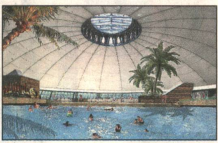
Offizielle Medienpartner





## Auszeichnung

Zwei internationale Preise für «Splash & Spa Tamaro»



Bildautor

Seit seiner Eröffnung vor vier Monaten ist der Wasserpark **Splash & Spa Tamaro** in Rivera (TI) bereits mit zwei Preisen ausgezeichnet worden. Zum einen wurde er mit dem «Leading Edge Award» der World Waterpark Association geehrt, zum anderen erreichte der Park bei der Immobilien-Fachmesse Expo Real in München für seine Architektur den dritten Platz der J.-J. Astor Competition.

## Ausland

### Carlson Rezidor plant erstes Haus in Algerien

Die Carlson Rezidor Hotel Group kündigt ihr erstes Projekt in Algerien an: Das Radisson Blu Hotel Algiers Hydra mit 138 Gästezimmern wird voraussichtlich im ersten Quartal 2015 eröffnet. Laut Rezidor-Präsident & CEO Wolfgang M. Neumann belege die Unterzeichnung Afrikas Bedeutung für die Gruppe als wichtiger Entwicklungsmarkt: Das Unternehmen betreibt und entwickelt auf dem Kontinent aktuell 51 Hotels mit über 11.300 Zimmern. sag

## Kolumne

# Glückliches Arabien



## Ammann's

**Christoph Ammann** ist Ressortleiter «Reisen» bei der «Sonntags Zeitung». Für die htr hotelrevue schreibt der Journalist über sein ganz besonderes Interesse: die Hotellerie in allen Facetten.

Die Hübsche legt die Hände artig zusammen und flötet «Sawadee». Ihr bodenlanges thailändisches Kleid passt zum Begrüssungsritual, aber nicht zum Blondhaar. Der Bärtige, der sich neben der Ukraine-Thailänderin positioniert hat, trägt eine weisse Djellaba und balanciert einen lebendigen Falken auf dem Arm. Eine Lederkappe nimmt dem Raubvogel die Sicht. «Sonst würde er sich auf jeden Vogel stürzen», verrät der Wächter in bestem Englisch. Er spielt zusammen mit dem Raubvogel in der Lobby des eben eröffneten Anantara the Palm Resort & Spa in Dubai den arabischen Grüss-August, stammt aber aus Pakistan. Das Hotel, das eigentlich ein Möwenpick werden sollte, rühmt sich, in den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) die ersten «Watervillas» nach maledivischem Vorbild anzubieten. Die Zimmer sind in fernöstlichem Stil eingerichtet, sie werden uns von einer eifrigen Irin gezeigt.

Okay, die Hotellerie ist ein globalisiertes Geschäft, wo die Herkunft der Mitarbeiter so wenig eine Rolle spielt wie Baustil oder Einrichtung. Die Krenl-Imitation an der türkischen Riviera, Klein-Venedig in Macau oder das romantische Schloss in den kanadischen Rockies: Interessiert doch keinen, Hauptsache, das Bett ist weich, die Dusche funktioniert und der Koch entpuppt sich nicht als Versager. Aber bei meiner kürzlichen Reise nach Abu Dhabi und Dubai ist mir wieder aufgefallen, wie auswechselbar und künstlich die Hotelwelt sein kann, wie gering geschätzt die Verankerung am Standort.

Vermutlich hat das damit zu tun, dass den einst beduinischen VAE jegliche Tradition in der Beherbergungsbranche fehlt und Glamour und Grossprügigkeit Lokalkolorit verdrängen. Atlantis the Palm in Dubai: Eine Kopie aus den Bahamas. Yas Viceroy in Abu Dhabi: Könnte auch in Mexico oder Usbekistan stehen. Die Address Downtown in Dubai: Gehört zwar letztlich dem Scheich, Umgebung und Interieur würden auch nach Bangkok oder Atlanta passen.

Nun, gerade für Touristiker ist diese Wunderwelt am Golf eine Reise

wert. Es lohnt sich zu sehen, was dank Petromilliarden aus dem Wüstensand gestampft werden kann: riesige Shopping Malls, eine Skihalle, eine Formel-1-Strecke, prachtvolle Golfplätze und jede Menge Hotels, die den Vergleich mit den Besten der Welt in Sachen Luxus und Service nicht zu scheuen brauchen. Aber sie wirken ein wenig seelenlos, weil sie zwar in Arabien stehen, aber Arabien irgend-

weil sie nicht drin ist, von ein paar folkloristischen Nuancen wie dem Falken-Pakistani oder getrockneten Datteln zur Begrüssung der Ankommen abgesehen. Die Bilanz meiner Reise: Ich kam während der vier Tage in den VAE mit keinem einzigen Einheimischen in Kontakt. Ich sprach mit Ägyptern, Briten, Deutschen, Indern, Iranern, Iren, Italienern, Libanesen, Namibiern, Österreichern, Pakistani, Portugiesen, Schweizern, Syern, Südafrikanern, Thailändern, Ukrainern, Ungarn und Ungaren. Aber ein waschechter Emirati lief mir in seinem eigenen Land nicht über den Weg. Sie fuhr in hubraumstarken Autos vorbei, oder spazierten im Familienverband durch die Mall. Ich hatte schon früher versucht, mit der raren Spezies der VAE-Bürger (15 Prozent der Bevölkerung) auf Tuchfühlung zu gehen.



Künstliche und gigantische Hotelwelt in Dubai.

Einmal gelang mir das beinahe: Ich fragte einen weisen Gewandeten mit Kopftuch in einem Bürokomplex nach dem Headquarter des Dubai Tourist Office. Aber ich missverständlich offenbar die Geste des Mannes aus dem Morgenland und dachte, er würde mich zum gesuchten Büro führen. Aber plötzlich bog er ab und verschwand in der Toilette. Es lebe die vielgerühmte arabische Gastfreundschaft.

## Unsere Kolumnisten

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

ANZEIGE



## TELE zeigt Ihnen jetzt noch mehr Sehenswürdigkeiten.

Die grösste Schweizer TV-Zeitschrift mit den digitalen Sendern! Woche für Woche bietet Ihnen TELE das aktuellste TV-Programm mit täglich über 90 Sendern. Mit dem praktischen Filmpalmer kriegen Sie einen noch besseren Überblick darüber, was sich zu sehen lohnt. Bestellen Sie jetzt TELE für Ihre Gäste zu Spezialkonditionen. Infos und Bestellungen unter 043 444 59 88 oder per E-Mail an [marketing.pm@axelspringer.ch](mailto:marketing.pm@axelspringer.ch), [www.tele.ch](http://www.tele.ch)



SEHEN, WAS SICH LOHNT.

## Hotel Schweizerhof Luzern verewiget Erinnerung der Gäste

Der Luzerner «Schweizerhof» widmet den neu renovierten 101 Zimmern und Suiten Geschichten aus seinem 170-jährigen Bestehen. Auch die Gäste können dabei mitreden.

Noch bis Frühjahr 2014 baut das 5-Sterne-Haus Schweizerhof in Luzern 49 seiner Zimmer und Suiten um; 52 wurden in einer ersten Etappe bereits renoviert und erzählen seit April je ein ganz bestimmtes Stück «Schweizerhof»-Geschichte. So sind sie etwa berühmten Hotelgästen oder unvergesslichen Anekdoten gewidmet. Jetzt ruft das Hotelteam um Direktor Clemens Hunziker für die Geschichte eines der restlichen



Reminiszenzen aus 170 Jahre Hotel Schweizerhof in Luzern.

Zimmer seine Gäste auf: Bis Mitte November können dem Hotel persönliche Erinnerungen eingeschickt werden. Anforderungen sind laut Mitteilung der «vollständige Wahrheitsgehalt der Geschichte» und dass der «Schweizerhof» darin eine Rolle spielt. Wer die beste Geschichte für das Zimmer liefert, darf dieses im April 2014 als Erster bewohnen. sag

[www.schweizerhof-luzern.ch/geschichten](http://www.schweizerhof-luzern.ch/geschichten)

## impresum

### htr hotelrevue

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

### Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse  
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

### Redaktion

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

### Ressortleitung:

aktuell: Daniel Stampfli/dst  
cahier français: Alexandre Caldara/aca

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

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb, Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/tl  
Gudrun Schlienzek/sgg  
Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg, Sarah Hinzi/shi (Praktikantin), Andrea Husstein/ah, Daniel Stein/sste  
Korrektur: Paul le Grand.

Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak.

### htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt  
Redaktorin: Natalie-Pascale Alesch/npa  
Praktikum: Arbresha Veljija/v  
Koordination: Daniel Steim

### Verlag

Leitung: Barbara Körig.  
Assistent: Alain Häni.  
Stellensinsetzer: Angela di Renzo Costa  
Praktikum: Arbresha Veljija/v  
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller.

### Michael Müller.

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

### Kontakte

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

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

**Das St. Moritz Gourmet Festival macht sich mit einigen Neuerungen fit für die Zukunft. Individuell gestaltete Arrangements etwa sollen mehr Logiernächte generieren.**

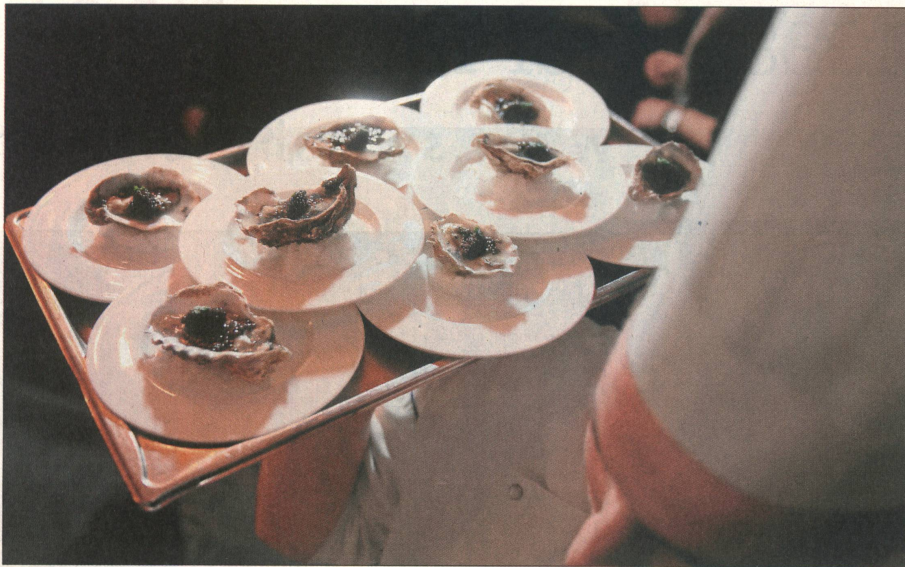
SABRINA GLANZMANN

Es hat seine Teenager-Jahre definitiv hinter sich gelassen: Das St. Moritz Gourmet Festival steht drei Monate vor seiner 21. Ausgabe und hat sich als kulinarischer Topanlass etabliert. 65 000 Besucherinnen und Besucher reisten in den letzten 20 Jahren ins Oberengadin, um an Dinern, Küchen Partys oder Spezialereignissen internationale Sterneköche zu erleben. In Branchenkreisen gilt das Festival als gefragter Networking-Anlass.

Jetzt hat die Event-Organisation für die nächste Austragung vom 27. bis 31. Januar 2014 eine Bestandesaufnahme vorgenommen – um das Festival auch in Zukunft attraktiv und erfolgreich im Markt zu halten», sagt Reto Mathis, Gründungsmitglied und Präsident der Event-Organisation. Ein Resultat dieser Analyse ist etwa, dass man am Wochenkonzept festhält – obwohl es in den letzten Jahren immer schwieriger wurde, hochkarätige Gastköche länger als für einen Abend zu verpflichten und die Idee für eine Redimensionierung im Raum stand (die htr berichtete). «Wir grenzen uns als Wochenanlass klar von kürzeren Nachahmer-Events ab» erklärt Mathis, das sei ein klarer Wettbewerbsvorteil, an dem man nicht rütteln wolle.

**Kreative Positionierung**

Komplett neu wurden allerdings die Arrangements aufgelegt, als individuelle Produkte der einzelnen Partnerhotels und nicht wie bisher als für alle Betriebe einheitliche Combo «Drei Übernachtungen, Frühstück, zwei Gourmet Dinners» zu einheitlichen Preisen pro Person (2012 waren es 1655 Franken in der 5-Sterne-Superior-, 1190 Franken in der 4-Sterne-Superior-Kategorie). Bisher vor allem von Sponsoringpartnern und -gästen nachgefragt, will man bei den Packages den «vernachlässigbar kleinen Buchungsanteil» der Festivalbesucher künftig steigern. Mehr Logiernächte wäh-



In drei Monaten werden am 21. St. Moritz Gourmet Festival wieder Kreationen internationaler Topchefs gereicht. swiss-image.ch/Andy Mettler

# Gourmetfestival mit neuen Angeboten

rend der Woche zu generieren, steht künftig im Fokus. «Jedes Haus soll dafür seine persönlichen Stärken und Eigenheiten ins Zentrum rücken und sich damit besser und kreativer positionieren als bisher», erklärt der Festivalpräsident. Bewusst setzte man nun keine Standards mehr fest.

Beispiel Kempinski Grand Hotel des Bains: Dort gehören neben zwei Übernachtungen und einem Gourmet Diner auch der Eintritt zum Opening vor Ort, ein Apéro mit dem Gastkoch in der Hotelbar und der Zugang zum hauseigenen Spa dazu – für zwei Personen im Resort-Doppelzimmer ab 2032 Franken buchbar.

Direktor Rupert Simoner: «Jedes Haus muss überlegen, was das Interessanteste für sein Package ist. Wir möchten während des Festivals auch das «B» im Begriff «F&B» stärken und deshalb einen Event in der Bar auflegen. Und da

bei uns das Opening stattfindet, bot sich eine Aufnahme ins Package an». Auch andere Betriebe erhalten einen Teil der Ticketkontingente für die Eröffnung, um Übernachtungsgäste anzuziehen. «Sobald die Opening-Tickets in den letzten Jahren im Verkauf waren, sorgte vor allem die grosse lokale und regionale Nachfrage rasch für Ausverkauf», weiss Simoner. Das soll sich mit den neuen Massnahmen künftig ändern.

In den beiden Schwesterhäusern Kronenhof Pontresina und

Kulm St. Moritz als weiteres Beispiel wolle man aufgrund der Erfahrungen mit den Festivalgästen in den letzten Jahren ganz bewusst «den Gastronomie-interessierten Gast» ansprechen, sagen die Direktoren Marc Eichenberger und Heinz E. Hunkeler. Deshalb packt man jetzt zwei Gourmet Dinners ins Basis-Arrangement, zu dem Official-Events wie etwa das Opening dazugebucht werden können. Auch nicht-gastronomische Leistungen wie ein vergünstigter Skipass

für zwei Tage können ergänzt werden.

Reto Mathis ist bezüglich der neuen Package-Strategie zuversichtlich. «Alles, was individueller ist, wird interessanter. Das gilt für die Packages genauso wie für die Gastköche». Deshalb wolle man künftig noch stärker auf provokative, besonders innovative Gastchefs setzen, auch wenn das heisse, dass es dafür noch etwas mehr Effort braucht. «So bleibt das Gourmetfestival attraktiv und sexy», ist Mathis überzeugt.



**«Die Hotels sollen künftig ihre Stärken und Eigenheiten ins Zentrum stellen.»**

Reto Mathis  
OK St. Moritz Gourmet Festival

## Fakten St. Moritz Gourmet Festival 2014: Events in acht Partnerhotels und drei Partnerlocations

Das St. Moritz Gourmet Festival 2014 findet vom 27. bis zum 31. Januar 2014 statt. Die Event-Organisation um Präsident Reto Mathis konnte dafür acht internationale Spitzenchefs als Gastköche verpflichten (siehe htr hotel revue vom 26. September). Folgende Partnerhotels im Oberengadin sind die Austragungsorte: **Badrutt's Palace Hotel, Carlton Hotel, Hotel Schweizerhof, Kempinski**

**Grand Hotel des Bains, Kulm Hotel St. Moritz und Suvretta House, alle St. Moritz; Grand Hotel Kronenhof Pontresina, Hotel Giardino Mountain, Champfèr/St. Moritz.** Weiter gehen in den drei Partnerlocations **Cava des Hotels Steffani, St. Moritz, im Hotel Waldhaus** in Sils-Maria und bei **Mathis Food Affairs** auf Corviglia Anlässe über die Bühne. Neuer Title Sponsor und Official Car Sponsor ist 2014 BMW

(Schweiz) AG. Der Vorverkauf für die Eventtickets beginnt am 1. Dezember; bereits buchbar sind die Spezialarrangements, welche die Hotels neu individuell zusammenstellen (siehe Haupttext). Als Medienpartner wird die htr hotel revue das St. Moritz Gourmet Festival 2014 redaktionell begleiten. sag

**Alle Infos und das laufend aktualisierte Programm:**  
[www.stmoritz-gourmetfestival.ch](http://www.stmoritz-gourmetfestival.ch)

## Gastronomie

**McDonald's mit neuem Design in Thurau Süd**



McDonald's hat an der Autobahn-raststätte Thurau Süd hierzulande sein 156. Restaurant eröffnet. Es setzt auf das neue Designkonzept «Lim Clan». Damit soll das Lokal laut Mitteilung ein «einladendes Restaurant mit klaren Strukturen und unterschiedlichsten Sitzgelegenheiten für Familien, Pendler und Geschäftsleute» sein. Dazu gehört auch ein integriertes McCafé. Insgesamt verfügt das Lokal über 206 Sitzplätze.

## Neues Bistro Belcanto im Zürcher Opernhaus

Am 26. Oktober eröffnet das Bistro Belcanto im Foyer der neuen Billetkasse im Opernhaus Zürich. Den Gästen will man mit dem neuen Angebot laut Mitteilung der Opernhaus Zürich AG eine «einmalige Lage direkt am grössten innerstädtischen Platz der Schweiz erschliessen.» Geschäftsführerin Barbara Kuert und ihr Team setzen auf Flammkuchen in diversen Varianten als Food-Konzept und auf eine kleine Auswahl offener Weine aus der Schweiz und Europa. Das Lokal hat 60 Innenplätze sowie weitere 60 auf der Terrasse direkt am Sechseläutenplatz.

[www.belcanto.ch](http://www.belcanto.ch)

## «Comme chez Maman» im neuen «Mère Catherine»



Mehr Licht, weniger Prunk, mehr Stoff: das **Traditionslokal Mère Catherine** am Nägelihof in Zürich setzt nach einer sanften Renovation neu ganz auf den klassischen Bistrosstil. Auch die Karte des Restaurants, das zur Zürcher Commercio Gruppe gehört, dominieren französische Evergreens wie Moules und Escargots sowie eine marktfrische Küche. Als Küchenchef wirkt auch nach der Renovation Ralf von der Heyde, der seit Februar 2013 am Herd des «Mère Catherine» steht.

## Hotellerie

**Radisson-Häuser starten Instagram-Kampagne**

Radisson Blu und Park Inn by Radisson haben eine Online-Kampagne lanciert, bei der ihre Angebote für kostenfreien Internetzugang in den Vordergrund gestellt werden. Die Aktion soll noch bis zum 13. Dezember die Gäste dazu ermuntern, ihre Erlebnisse in den Hotels mit der Kamera ihrer Geräte festzuhalten. Wer die Bilder auf dem kostenlosen Foto- und Video-Sharing-App Instagram teilt (Hashtags #RadissonBlu und #parkinn), wird in eine Online-Fotogalerie aufgenommen, erhält einen Bild-Link zum Weiterleiten und wird namentlich zur Instagram-Fotogalerie hinzugefügt. sag

# Siegreiche Ideen gegen Food Waste

**Beim Wettbewerb «Our Common Food» wurden Ideen zur Reduktion von Food Waste gesucht. Die drei Siegerprojekte können mit dem Preisgeld nun realisiert werden.**

Ein Drittel der weltweit produzierten Lebensmittel wird nicht konsumiert, das entspricht einem Verlust von 1,3 Milliarden Tonnen. In der Schweiz belaufen sich die Verluste auf über 2 Millionen Tonnen

jährlich. Der Ideenwettbewerb «Our Common Food» unter dem Patronat des schweizerischen nationalen FAO-Komitees (CNS-FAO) hat sich mit der Problematik eingehend beschäftigt. Ziel ist es, konkrete Lösungen zur Verringerung der Lebensmittelverschwendung in der Schweiz und der Nachernteverluste in den Entwicklungsländern zu fördern. In der Kategorie «Bekämpfung von Food Waste» gewann das Projekt «Cloud Kitchen» von Loïc Leray und Fabian Schweizer: Mithilfe einer Smart-Phone-App für ein optimiertes Reste-Management

soll der Food Waste in den privaten Haushalten verringert werden. In der Kategorie «Nachernteverluste» konnte das Projekt «Village-Based Grain Bank» von Irene Njeri Githinji die Jury überzeugen. In den Dörfern Kenias sollen Banken zur Getreidelagerung entstehen, damit Nachernteverluste deutlich verringert werden können. Der Publikumspreis ging an das Pro-

jekt «Rest-Au-Rad» von Anna Beerli und Coraline Praz: Ein Velo-Kurierservice zur Verteilung von Essensresten aus der Gastronomie. Die Preisverleihung fand am 15. Oktober, symbolischerweise am Tag vor dem Welternährungstag, an der ETH Zürich statt. An der Zeremonie nahmen auch der Botschafter Martin Dahinden, Direktor der Direktion für Ent-

wicklung und Zusammenarbeit, und Bernard Lehmann, Direktor des Bundesamtes für Landwirtschaft, teil. Insgesamt wurden 54 Projekte aus 14 verschiedenen Ländern eingereicht. Die acht Finalisten erhielten an einem dreitägigen Workshop die Gelegenheit, ihr Projekt weiterzuentwickeln und einer Jury vorzustellen. Mit dem vom Bund und den Partnern des Wettbewerbs gestifteten Preisgeld können die Projekte realisiert werden. sag

[www.ourcommonfood.ch](http://www.ourcommonfood.ch)

[www.swisshotels.com](http://www.swisshotels.com)



Die Schweiz von ihren schönsten  
Seiten – lassen Sie sich inspirieren  
und buchen Sie noch heute!

Der umfassende  
Schweizer Hotelführer

  
hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

# Ernte 13: Weniger ist besser

Qualität vor Quantität, heisst es bei der Schweizer Weinernte 2013. Die Winzer ernten hierzulande zwar weniger, aber insgesamt gute bis sehr gute Trauben.

RENATE DUBACH

Die Weinernte 2012 war mit einer Million Hektoliter bereits rund 10 Prozent kleiner als 2011. Auch dieses Jahr finden weniger Trauben den Weg in die Tanks und Fässer, aber die Qualität stimmt. Allerdings zeigt sich kein einheitliches Bild, auch benachbarte Weinbaubetriebe haben sehr unterschiedliche Erfahrungen gemacht. So sagt etwa Cécile Schwarzenbach in Meilen: «Wir haben dieses Jahr vielleicht nur den halben Ertrag. Am 1. Mai hagelte es, zuerst sah es aus, als ob der Schaden nicht gross sei, aber vermutlich gab es Spätfolgen. Kollegen, deren Reben etwas höher liegen, blieben vom Hagel verschont.»

## Hagelnetze als Lösung?

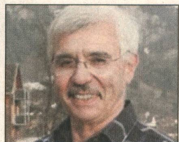
Mit Schwankungen müsse man leben in diesem Beruf, meint die Winzerin. Wären Hagelnetze nicht die Lösung für wenigstens ein Problem? Sie hätten bei den neuen Anlagen Hagelnetze angebracht, erklärt Cécile Schwarzenbach, aber es sei ein Riesenaufwand und ein teurer noch dazu. Und: «Diese Netze müssen extrem stark und stabil sein, damit sie auch bei extremen Windböen halten. Sonst haben wir unter Umständen mehr Schaden als durch Hagel. Wir haben noch zu wenig Erfahrung damit, vielleicht nützen sie ja.» Aber mit der Qualität 2013 ist sie sehr zufrieden, auch, weil die Trauben später als sonst geerntet werden: «Je länger die Beeren am Stock hängen, desto besser die Aromatik. Es wird einen sehr guten Jahrgang geben.»

## Schnee auf den Trauben in Graubünden

Nicht verhagelte Rebstöcke im Sommer, sondern verschneite



Bei der Weinlese müssen dieses Jahr mehr Trauben aussortiert werden – dafür ist die Qualität der Ernte besonders gut.



«Bis zu minus ein Grad können die Trauben schadlos überstehen.»

Hans Peter Ruffner  
Präsident Verein Graubünden Wein

gebe es aufgrund von Verrieselung bei einzelnen Sorten massive Ertrags einbussen: «Besonders schlecht ist unser Aushängeschild dran, der Completer, aber davon haben wir ja nicht so viel. Drei Viertel unserer Reben sind Blauburgunder, diese Trauben sehen gut aus, man sieht kaum Pilzbefall», sagt Ruffner. Auch er ist optimistisch, was den Jahrgang betrifft: «Die Oechsle-Grade sind sehr gut». Ertragsmässig hätten einzelne Winzer massive Einbussen zu tragen: «Das wird für den einen oder anderen sicher schmerzhaft. Aber wir haben etwa acht Jahre mit guten Erträgen hinter uns, und ein Winter muss immer mittel- und langfristig planen.»

«Ein bisschen Botrytis, aber nicht schlimm», diagnostiziert

Trauben Anfang Oktober sah man in Graubünden. «Der Schnee war schon sehr ungewöhnlich, aber wirklich geschadet hat er den Trauben nicht», erklärt Hans Peter Ruffner, der Präsident des Vereins Graubünden Wein, «bis zu minus einem Grad können die Trauben schadlos überstehen, und so kalt war es nicht.» Allerdings

## Hagel in der Romandie, Trockenheit im Tessin

In der Westschweiz rechnet man ebenfalls mit kleineren Ernten aufgrund der Verrieselung.

Und auch gehagelt hat es dort fast überall – und teilweise heftig.

So etwa in Gegenden am Neuenburgersee, wo einzelne Winzer ihre halbe Ernte verloren. Was jetzt am Stock hängt, liegt bei den Oechsle-Graden im Mittel: «Die Reife der Chaselas-Trauben ist gut bis sehr gut, wir messen rund 75 Oechsle-Grad, das ist normal», erklärt Jean-Laurent Spring, der Leiter der Gruppe Weinbau bei der Forschungsanstalt Agroscope ACW. «Es kommt sehr auf die Sorte und die



«Ich glaube, das wird unser bester Tessiner Jahrgang seit 1991.»

Jean-Laurent Spring  
Leiter Weinbau Agroscope

Gegend an, es gibt auch ein paar schöne Überraschungen dieses Jahr, was die Qualität angeht.» Besonders von den ACW-Rebbergen im Tessin ist Jean-Laurent Spring begeistert:

«Auch da gibt es etwa 10 Prozent weniger Ertrag, es war eher trocken, deshalb haben wir kleine Beeren. Aber ich glaube, das wird unser bester Tessiner Jahrgang seit 1991.»

## Ausland Spanien hofft auf markant höhere Traubenmenge

Ein Blick über die Landesgrenzen zeigt zwar, dass auch die Nachbarländer mit der Natur zu kämpfen hatten, dass aber insgesamt die Erntemengen von 2012 erreicht oder übertroffen werden. In Frankreich litten einige Regionen, wie in der Schweiz, erst unter einem nass-kalten Frühling und dann – besonders das Bordeaux – unter Hagelstürmen. Trotzdem werden rund 44 Millionen Hektoliter Wein produziert, hat der Vorsitzende des

Fachausschusses Wein der Agrarbehörde FranceAgriMer, Jérôme Despey, ausgerechnet. Das wären immerhin 3 Millionen Hektoliter mehr als 2012, und fast soviel wie der fünfjährige Durchschnitt von 45 Millionen Hektoliter. In der EU rechnet man mit einer Gesamternte, die rund 10 Prozent über dem Vorjahresergebnis von 152 Millionen Hektolitern liegt, wie das Deutsche Weininstitut (DWI) auf der Basis der ersten Weinmosterteschätzung errechnet

hat. In Deutschland und Italien erwartet man eine etwa gleiche Traubenmenge wie 2012, also etwa 47, respektive 9 Millionen Hektoliter. Einzig Spanien wird gemäss Prognose um 26 Prozent mächtig zulegen. Laut DWI ist die Qualität der bereits geernteten Trauben gut. Und auch im klimatisch zunehmend begünstigten Weinland England ist man hoffnungsvoll. Die Ernte soll grösser als im eher schlechten 2012 sein und auch qualitativ besser. rd

## News

Hotel Seehof AG in Davos pachtet «Erezsäss»-Hütte



Neuer Schwung für die Gastronomie auf den Pisten von Parsenn-Gotschna: Ab der Wintersaison 2014/15 übernimmt die Hotel Seehof AG, zu der die beiden Betriebe Hotel Seehof Davos und Hotel Steinbock Klosters gehören, die Pacht für die Blockhütte Erezsäss im Parsenngebiet. Im Zentrum des neuen Konzepts stehe laut Mitteilung ein «gepflegtes, kulinarisches Erlebnis für Schneesportlerinnen und -sportler.»

## Migros muss seine «Cronuts» definitiv umbenennen

Der Pâtissier Dominique Ansel, Erfinder des Trendgebäcks Cronut und damit Begründer des weltweiten Hypes um die frittierte Kreuzung von Croissant und Donut, hat sein Ziel erreicht: Detailhändler Migros ändert freiwillig den Namen ihrer Version des Gebäcks, «angesichts des eingegangenen Abmahnschreibens des schweizerischen Rechtsvertreters von Herrn Ansel», so Migros-Sprecherin Monika Weibel gegenüber der «Schweiz am Sonntag». Migros, die hierzulande am schnellsten auf den Cronut-Zug aufgesprungen ist (siehe htr vom 12. September), wolle den neuen Namen «zu gegebener Zeit» kommunizieren. sag

## Weitgereiste Referenten im Hotel Lenkerhof



Ob Erich Gysling, Ruedi Küng oder Erika Djajili: Sie alle reisen von Berufs wegen in die verschiedensten Regionen der Welt. Das Luxushotel Lenkerhof lanciert in Zusammenarbeit mit dem Reiseanbieter Background Tours die Diskussionsreihe «Denkerhof», an der die weitgereisten Persönlichkeiten Einblick geben in ihr Leben und ihre Touren. Passend zur Jahreszeit trifft man sich für die Reihe vor dem Hotelkamin.

www.lenkerhof.ch

## «La Cuisine des Jeunes»: Finalisten stehen fest

Die vier Finalisten für die 11. Auflage des Kochwettbewerbs «La Cuisine des Jeunes» von «Schweizer Fleisch» zum Thema «The Taste of Glory» stehen fest: Es sind Christian Aeby (Gasthof zum Ochsen, Didingen), Carole Bärtschi (Altersbetreuung Vechigen/Work), Sandro Dubach (Restaurant Eisblume, Work) sowie Wayan Sonderegger (Restaurant Kafi Franz, St. Gallen). Sie werden am Dienstag, 26. November 2013, in der Allgemeinen Gewerbeschule Basel AGS um den Sieg kochen. Die Siegerreihung findet anschliessend im «Salon Culinaire Mondial» an der Igeho in Basel statt. fee

www.schweizerfleisch.ch

# Die «Grüne Fee» neu interpretiert

Vier Tüftler unter der Leitung von Molekular Koch Rolf Caviezel haben einen speziellen Absinth kreiert: «Absinthe Fusion» basiert auf einer Rezeptur aus dem 19. Jahrhundert.



Tüftler des Projekts «Absinthe Fusion»: Thomas Vilgis, Oliver Matter, Helmut Jungwirth und Rolf Caviezel (v.l.).

Wenn vier Absinth-Liebhaber – ein Brenner, ein Koch und zwei Wissenschaftler – sich für eine Sache einsetzen, ist das Resultat mehr als alltäglich. In diesem Fall heisst es «Absinthe Fusion» und ist eine spezielle Variation des traditionellen Wermutbrandes: Es fusst auf einer historischen Absinth-Rezeptur aus dem 19. Jahrhundert, welche die vier nach neusten wissenschaftlichen Erkenntnissen neu interpretiert und vergangene Woche erstmals präsentiert haben.

Geleitet wurde das Absinth-Projekt von Rolf Caviezel, Mo-

lekular Koch und Inhaber des Grenchner Restaurants Station 1. Als Brennmeister fungierte Oliver Matter von der Erlebnisschnitzerei Kallnach. Mit von der Partie waren Thomas Vilgis, Physikprofessor am Max-Planck-Institut in Mainz (D) und Helmut Jungwirth, Professor für Molekularbiologie der Uni Graz (A). «Dieser Absinth bietet ganz neue Möglichkeiten, als Getränk, aber auch im Bereich des Kochens», so Caviezel. «Absinthe Fusion» (20 cl, 68 Volumenprozent) ist für Fr. 21.– erhältlich. fee

www.absinthe-fusion.com

ANZEIGE



L-GAV-konform  
Lohnbuchhaltung + Arbeitszeitkontrolle  
CHF 40.- / Mt.  
Jetzt kostenlos testen!  
www.eezytool.ch — 061 366 99 36

**Die Kabis-Ernte ist in vollem Gang – und mit ihr die Sauerkraut-Verarbeitung. Das fermentierte Gemüse ist weit mehr als nur eine saure Beilage, wie neue Rezepte zeigen.**

FRANZISKA EGLI

Auf der aktuellen Herbstkarte steht da: Apfel-Sauerkraut-Terrine mit blauen Kartoffelchips und Lachs. Oder: Sauerkrautcrèmesuppe mit Burrehame-Würfeln, Winterspargelsalat mit Chili-Sauerrahmsauce, sowie Meerwolf auf Rahmsauerkraut. Ihnen allen gemein? Das Sauerkraut, die Beilage, die hierzulande vorab mit Berner Platte oder Saucissons assoziiert und auch serviert wird.

Nicht so im Restaurant Bären in Oberbipp, bei Geschäftsführer und Chefkoch Mischa Schwarzentrub. Schwarzentrub hat jahraus, jahrein gleich mehrere Gerichte mit der traditionellen Zutat auf der Karte, die jedoch alles andere als traditionell daherkommen. So schwärmt er denn auch von der Vielfältigkeit des fermentierten Krauts, von der Verwendung in ungewöhnlicher Kombination, etwa als Zugabe in einem Schokolade-Kuchen (siehe Rezept unten): «Klar ist das etwas ungewohnt. Aber nicht ungewohnter als etwa ein süsser Zuchettkuchen. Dank dem Sauerkraut bleibt der Kuchen zudem lange feucht und frisch. Man muss einzig darauf achten, dass das Sauerkraut gut gewässert und ausgepresst wird, damit Säure- und Wassergehalt nicht zu hoch sind», erzählt der Küchenchef.

**Der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch liegt heute bei einem halben Kilo**  
Weiss- oder Spitzkohl durch Milchsäuregärung (Fermentierung) zu konservieren, ist eine Technik, die bis ins 12. Jahrhundert zurückgeht und von Deutschland, den USA über Asien in den verschiedensten Weltregionen angewendet wird. Durch die Fermentierung erhält das Gemüse seinen unverwechselbar säuerlichen Geschmack und ist reich an Vitaminen und Mineralstoffen. Aber: Sein Ruf hat in den letzten Jahren empfindlich gelitten. Heute liegt der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch von Sauerkraut bei gerade



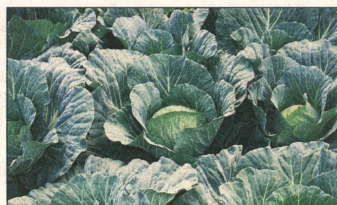
Kreation von Mischa Schwarzentrub: Marinierte Riesencrevetten mit Sauerkraut und blauen Kartoffelchips.

Bilder: zvg

## Mehr als ein saures Kraut



**Auch Antipasti lassen sich mit «Suurchabis» zubereiten: Bruschette mit Sauerkraut und Speck.**



**Die Technik, Weisskabis mittels Fermentation zu konservieren, ist über 800 Jahre alt.**

mal noch einem halben Kilo (Stand 2003: 700 Gramm), heisst es bei der Firma Schöni, dem grössten Sauerkrauthersteller der Schweiz. Während 1991 noch 8344 Tonnen Weisskabis zu Sauer-

kraut verarbeitet wurden, waren es letzten Winter noch 5520 Tonnen, so der Verband Schweizer Gemüseproduzenten VSGP.

Beide befanden deshalb, es müsse etwas geschehen. «Sauer-

kraut ist mehr als nur sauer», betont Toralf Richter von der Firma Schöni Swissfresh. Mit dem Claim «Sauerkraut & mehr» und gemeinsam mit dem VSGP will man weg vom traditionellen Berner-

Platte-Image, das die vergärrte Beilage hierzulande vorab geniesst. «Wir richten uns vermehrt an ein jüngeres, kulinarisch aufgeschlossenes, auch vegetarisches Publikum und versuchen, Konsumenten für neue Ideen rund um und mit dem gesunden Sauerkraut zu begeistern», sagt Moana Werscher, VSGP-Marketingleiterin. Dafür hat der Verband eigens die Unterorganisation «Zentrum Schweizer Sauerkraut und Sauerkräutern» gegründet, welche im Internet, via Facebook und einem Wettbewerb während der gesamten Saison sehr aktiv ist. Letzterer hat vergangenes Jahr bereits 1500 Menschen zum Wählen des besten Sauerkraut-Rezeptes bewegt, zurzeit läuft die Umfrage für das beste «Sauerkraut Rezept 2013». «Nicht zuletzt möchten wir auch

Gastronomen für das Thema gewinnen. Sie sind wichtige Botschafter», sagt Moana Werscher.

**Neue Rezepturen mit Wasabi oder Riesling sorgen für mehr Exotik**

Auch die Firma Schöni, die heute einen Viertel der gesamten «Chabis»-Produktion (800 Tonnen) zu Bio-Sauerkraut verarbeitet, geht neue Wege. Sie testet alte Kabis-Sorten für den Pro-Spezialitäten-Markt und entwickelt Rezepturen auf Basis von Kabis wie etwa Wasabi- oder Riesling-Sauerkraut, die – so Richter – «mehr Exotik ins Thema bringen». Sein Ziel: In 10 Jahren ein Kilo pro Kopf. «Mit dieser Verdoppelung wären wir dort, wo heute der deutsche Pro-Kopf-Verbrauch ist.»

[www.schweizer-sauerkraut.ch](http://www.schweizer-sauerkraut.ch)

## Kimchi Nonplusultra der koreanischen Küche

Es wird pikant gewürzt und – analog zum Sauerkraut – während Tagen und Wochen fermentiert: Kimchi, das über 1000 Jahre alte, koreanische Traditionsgericht. Ein Essen ohne Kimchi sei kein richtiges Essen, sagt denn auch Pyong-chin Han. Der Koreaner führt in Zürich das Restaurant Akaraka und verarbeitet monatlich rund 60 Kilo Chinakohl zu Kimchi.

**Pyong-chin Han, ist Kimchi mit Sauerkraut zu vergleichen?**  
Durchaus. Ich kam erstmals vor Jahren in Bayern in Kontakt mit Sauerkraut. Es ist mir sehr gut bekommen (lacht).

**Wie meinen Sie das?**  
Nun, es hat mir meine Portion Kimchi ersetzt. Eine Mahlzeit ohne Kimchi ist für uns Korea-

ner komisch. Werin ich beim Italiener etwas sehr Fettiges, zum Beispiel Spaghetti Carbonara esse, muss ich zu Hause jeweils noch etwas Kimchi zu mir nehmen. Ohne Kimchi bin ich nicht satt.

**Wie bereiten Sie Ihr Kimchi zu?**  
Als Kimchi bezeichnen wir vor allem fermentierte Gerichte. Mein Kimchi ist eine eher klassische Version aus Chinakohl. Es gibt über 300 verschiedene Kimchi-Gerichte, die sich in der Herstellung und punkto Zutaten, aber auch je nach Region unterscheiden.

**Zum Beispiel?**  
Kimchi lässt sich mit Chinakohl, Gurken, Rettich, Weisskabis, Rotkabis oder Frühlingszwie-



**Monatlich 60 Kilo Kimchi: Gastronom Pyong-chin Han.** zvg

beln zubereiten. Entscheidend ist auch, welche Gewürze man verwendet, und die Gärung: Je länger Kimchi fermentiert, desto saurer wird es.

**Nicht je saurer, desto besser? Und je unbedingter. Manche Koreaner mögen es frisch und**

mild – das erreicht man nach etwa einer Woche Fermentierung. Andere mögen Kimchi alt und richtig sauer, also nach etwa zwei Monaten Gärung.

**Wie kommt das bei Ihren Schweizer Gäste an?**

Kimchi kann richtig abhängig machen. Ich sage das meinen nicht-koreanischen Gästen, aber auch meinen Mitarbeitern, die anfangs kaum Kimchi essen wollen. Nach sechs Monaten können sie nicht mehr sein ohne. fee

[www.akaraka.ch](http://www.akaraka.ch)

Han's Empfehlungen für Kimchi-Rezepte:  
[www.chow.com/recipes](http://www.chow.com/recipes)  
<http://german.visitkorea.or.kr/ger>  
[www.maangchi.com](http://www.maangchi.com)



### Rezept Sauerkraut-Schokolade-Kuchen

für eine Springform von 26 cm Durchmesser

Quelle:  
[www.schoeni.ch](http://www.schoeni.ch)

**Zutaten:**  
125g Margarine, weich  
230g Zucker  
3 Eier  
1 Päckli Vanillezucker  
250g Weissmehl  
1 Päckli Backpulver  
2 Prisen Salz  
250ml Kaffee, kalt  
110g Kakaopulver, ungesüsst  
400g Sauerkraut, frisch

**Zubereitung:**  
Sauerkraut wässern, dabei mehrfach das Wasser wechseln. Kräftig ausdrücken und fein schneiden.

Aus den anderen Zutaten einen Rührteig zubereiten. Zuletzt das vorbereitete Sauerkraut unterrühren.

Den Kuchen im 160 Grad heissen Ofen zirka 35 bis 40 Minuten backen. Mit Sauerkraut-Glasur bestreichen.

# PROFIL

GESAMT-  
AUFLAGE  
40.000

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

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

htr **hotel revue**

**HOTELLERIE\***  
**GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

Nr. 43 · 24. Oktober 2013

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



GRAFILU

## MEHR QUALITÄT IN KV-AUSBILDUNG

Die Ausbildung zur Kauffrau/-mann mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis als Abschluss erfolgt derzeit in 21 Ausbildungs- und Prüfungsbranchen. Dazu zählen grosse Branchen mit weit mehr als 1.000 Lehrverhältnissen pro Zyklus. Unter den kleineren befindet sich die Branche Hotel-Gastro-Tourismus mit jährlich rund 280 Lernenden in zwei verschiedenen Ausbildungsformen. Die eine Form ist die betrieblich organisierte Grundbildung, bei der die Lernenden während drei Jahren in einem Hotel oder in einem Tourist-Office ihre Lehre absolvieren, unter der Woche die Berufsfachschule besuchen und während der gesamten Ausbildungsdauer 18 Tage überbetriebliche Kurse absolvieren. Die zweite Form der schulisch organisierten Grundbildung erfolgt im ersten Jahr in einer Hotel-Tourismus-Handelsschule, im zweiten Jahr als Vollzeitpraktikum in einem Hotel und schliesst im dritten Jahr in der Hotel-Tourismus-Handelsschule ab. Der Vorteil der zweiten Form liegt in der vollen Verfügbarkeit des Praktikanten im Betrieb während 12 Monaten. Zusätzlich erhält der Absolvierende in diesem System nach zwei Jahren das Verbandsdiplom von hotelleriesuisse als kaufmännischer Mitarbeiter in der Hotellerie.

### Rundum-Feedback

In der betrieblich organisierten Grundbildung wird die Ausbildungsqualität in den überbetrieblichen Kursen laufend erfragt. Dazu gehören die Feedbacks der Lernenden und der Leiter der überbetrieblichen Kurse sowie der Branchenkundereferent. Die Auswertungen

fließen ein in die Koordinationsitzungen, die der Vorbereitung der nächsten Kurse dienen. Damit erfolgt jährlich die Aktualisierung der Programme. Ein weiterer Schritt erfolgte in Frühjahr 2014 mittels Unterrichtshospitationen in den überbetrieblichen Kursen (üK). Diese sollen vor allem die methodisch-didaktische Seite des Unterrichts beleuchten. Ab Sommer 2014 werden die Betriebe zur Wirksamkeit der üK befragt. Gleichzeitig wird auch in Erfahrung gebracht, ob die Inhalte praxisingerecht sind und den Anforderungen der Betriebe entsprechen. Ein letzter Schritt ist ab 2015 geplant. Ab diesem Zeitpunkt soll die Ausbildungsqualität in den Betrieben erhoben werden. Mit der Realisierung dieses Schrittes verfügt die Branche Hotel-Gastro-Tourismus dann im Bereich der betrieblich organisierten Grundbildung über ein Rundum-Feedback zur betrieblichen Ausbildung.

Zur Umsetzung vorgenannter Aufgaben wurde die Geschäftsstelle der Branche Hotel-Gastro-Tourismus neu organisiert. Eine Co-Leitung Administration und eine Co-Leitung Qualitätssicherung und -entwicklung teilen die Arbeiten unter sich auf.



Martin Baumann  
Leiter kaufmännische Bildung  
www.hotelleriesuisse.ch

ZITAT  
DER WOCHE

«Die grössten Tugenden  
müssen diejenigen sein,  
welche den Nebenmenschen  
am nützlichsten sind»

Aristoteles

AGENDA

### 6. NOVEMBER

«Flambieren und Tranchieren – ein Erlebnis für den Gast», vom Berufsverband Restauration, Hotel Balsthal, in Balsthal  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 20. NOVEMBER

«Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus-Q1», von hotelleriesuisse, in Thun  
[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

### 20./21. NOVEMBER

«Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus, Coach-Kurs, Stufe I», von hotelleriesuisse, im Hotel Freienhof, in Thun  
[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

23.-27. NOVEMBER  
«Internationale Servicemeisterschafts», vom Berufsverband Restauration, an der Igeho, in Basel  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 23.-27. NOVEMBER

«Salon Culinaire Mondial», vom Schweizer Kochverband, an der Igeho, in Basel  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 26. NOVEMBER

«Expertenforum Input 3/2013: Architektur, Inneneinrichtung und Design in der Hotellerie», von hotelleriesuisse, an der Igeho, in Basel  
[www.hotelleriesuisse.ch/Kurse](http://www.hotelleriesuisse.ch/Kurse)

Schweizer Hotel-Datenbank  
[www.swisshoteldata.ch](http://www.swisshoteldata.ch)

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

Ihr Stelleninserat in der htr hotel revue

für nur 150 Franken

Direkte Online-Erfassung unter:  
[www.htr.ch/jobdispo](http://www.htr.ch/jobdispo)  
htr hotel revue – Telefon 031 370 42 42

Gesucht: Salzstreuer

Gefunden: [www.hotelmarktplatz.ch](http://www.hotelmarktplatz.ch)



hotel  
**marktplatz.ch**  
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

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. «Profil» gibt wöchentlich Tipps, damit Unfälle vermieden werden können.

Beleuchtung (Teil 2)

**Gefährdung:**  
Erhöhte Unfallgefahr bei ungenügender oder unzweckmässiger Beleuchtung

Mögliche Sicherung:

- Bei künstlicher Beleuchtung sind mindestens folgende Nennbeleuchtungsstärken vorzusehen:
- Vorbereitungs- und Backräume 300 Lux
  - Endbearbeitung, Gasieren, Dekorieren, Kassenbereich 500 Lux

Mit zunehmender Leuchtstärke wird das Wohlbefinden der Mitarbeitenden positiv beeinflusst.

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

# HILFE, DAS QUALIGESPRÄCH STEHT AN!

Wenn es aufs Jahresende zugeht, dann laden landauf und landab die Vorgesetzten ihre Mitarbeitenden zu Qualifikationsgesprächen ein. Diese sollten von beiden Seiten gut vorbereitet sein.

**E**inmal im Jahr, in der Regel Ende Jahr, sollte ein Vorgesetzter mit seinen Mitarbeitenden ein Qualifikationsgespräch führen. Auch hier ist die richtige Vorbereitung das A und O.

NEHMEN SIE SICH ZEIT

Zeit ist zum Jahresende hin meist ein rares Gut und oft bringt schon der Gedanke daran, «sich Zeit zu nehmen», Druck mit sich. Doch für ein Qualigespräch sollte man mindestens eine halbe bis Dreiviertelstunde einplanen. Das bewahrt Sie davor, zwei Wochen später mit derselben Mitarbeiterin oder demselben Mitarbeiter nochmals ein Gespräch führen müssen, um noch ungeklärte Details zu besprechen. Häufig findet das statt, wenn unter Zeitdruck nicht alles beachtet wird. Sie sparen also Zeit, wenn Sie sich Zeit «nehmen».

VORBEREITEN MUSS SICH SOWOHL DER CHEF ...

Der Chef kann auch ein Beurteilungsblatt abgeben, das Mitarbeitende und Vorgesetzte ausfüllen müssen. Beim gemeinsamen Gespräch werden die Beurteilungen verglichen und Differenzen angesprochen. Der Vorgesetzte sollte sich auch überlegen, was er mit dem Mitarbeitenden besprechen will. Wo lobe ich? Wo tadle ich? Was soll besser werden? Steht eine Weiterbildung an oder eine Beförderung? Will und kann ich eine Lohnerhöhung geben?

... ALS AUCH DER MITARBEITENDE

Der Mitarbeitende muss sich überlegen, was er für die Zukunft will. Will er im Betrieb weiterkommen? Welche Weiterbildungen sind dazu notwendig? Wer bezahlt sie? Und will er allenfalls eine Lohnerhöhung für das nächste Jahr? Falls ja, gilt es, gute Argumente zu überlegen, warum eine Aufbesserung des Lohnes gerechtfertigt ist. Wenn es ein Qualifikationsblatt gibt, sollte der Mitarbeitende die eigenen Stärken und Schwächen möglichst objektiv beurteilen und sich überlegen, wie allfällige Schwächen behoben werden können.

SEIEN SIE KLAR, WERTSCHÄTZEND UND HÖREN SIE GUT ZU

Für einen Chef ist es wichtig, dass er seinem Mitarbeitenden zeigt, was er an ihm schätzt, aber auch, wo nötig, Klartext redet. Unerreichte Ziele müssen angesprochen werden, die Gründe geklärt und die unterstützenden Massnahmen besprochen und veranlasst werden. Erreichte Ziele und überdurchschnittliche Leistung sind nicht selbstverständlich und verdienen Wertschätzung. Durch die Verbindung von beidem motivieren Sie Ihre Mitarbeitenden zu verbesserter Leistung und mehr Loyalität. Das gilt natürlich umgekehrt auf für den Mitarbeitenden. Und ebenfalls für beide gilt: Hören Sie einander zu, lassen Sie den anderen ausreden und zeigen Sie gegenseitig Respekt. Vorgesetzte, denen es gelingt, gute Gespräche zu führen, haben motiviertere Mitarbeiter.

Mario Gsell

BUCHTIPP

WAS UNS IM LEBEN WIRKLICH STEUERT

«Was ist eigentlich mit Frau Müller los – hat die ihre Tage?» «Heute spinnst der Schweizer wieder mal – ist eigentlich Vollmond?» Solche Sprüche kennen wir alle. In einem neuen Buch sagt nun Ronny Tekal, dass diese Launen nicht auf den Mond, sondern auf die Hormone zurückzuführen sind. Sie sind immer da, sie steuern uns immer und überall. Ihre Wirkung kann hemmungslos aufputschen oder kräfteraubend bis zum Untergang sein. Ronny Tekal zeigt, wie uns unsere Hormone ärgern – und wie wir ausgiebig zurückrügern können. Da dies den meisten Menschen nicht bewusst ist, zeigt Tekal auf, was Hormone sind, wie sie funktionieren und wie wir sie beeinflussen können. Denn es gibt sowohl Stress- wie Glückshormone. Und wenn man das weiss, kann man beispielsweise den Stresshormonen ein Schnippchen schlagen. Das Buch ist für alle Hormongesteuerten und deren Opfer. Für alle, die mit schlechter Laune und Stress besser umgehen wollen. Das Buch liefert erhellendes Wissen, ist feinsinnig aufbereitet und manchmal umwerfend lustig.



«Sorry, das waren die Hormone!»

Orell Füssli Verlag  
von Ronny Tekal  
ISBN  
978-3-280-05498-7  
CHF 19.90

AUS- UND WEITERBILDUNG

**GASTRO SUISSE**  
Für Hotellerie und Restauration



**Gastro-Unternehmensausbildung**  
In drei Stufen. Berufsbegleitend.  
Gastro-Unternehmensseminar mit eidg. Diplom

unternehmerisch denken  
unternehmerisch entscheiden  
unternehmerisch handeln  
von der Vision bis zur Umsetzung

Nächste Seminare: 13. Januar 2014 in Bern und 20. Januar 2014 in Zürich, 14.2. am See  
E-GAV-Ausbildungsunterstützung von CHF 5'000.-  
Weitere Informationen  
GastroSuisse  
Gastro-Unternehmensausbildung  
Blauenstrasse 20, 8046 Zürich  
Tel. 044 377 52 23 [weiterbildung@gastrouisse.ch](mailto:weiterbildung@gastrouisse.ch)  
[www.gastrouisse.ch](http://www.gastrouisse.ch)

2772-10336

**Das Intensivseminar**  
**GASTRO SUISSE**  
Der Schweizer Spirituosen-Sommelier®.  
Die Welt der Edelbrände kennen, verstehen und verkaufen können. Mit international anerkanntem Zertifikat WSET® Level 2  
**Termine:** Kursbeginn 13. Mai 2014  
Start Herbst, Montag, 17. November 2014  
**Weitere Informationen**  
GastroSuisse  
Blauenstrasse 20, 8046 Zürich  
Tel. 044 377 52 23 [www.gastrouisse.ch](http://www.gastrouisse.ch)

2534-9683

**Durchblick**  
**Nachdiplomstudium**  
**HF Hotelmanagement**  
  
[www.hotelleriesuisse.ch/nds](http://www.hotelleriesuisse.ch/nds)  
Infos/Anmeldung: Tel. +41 (0)31 370 43 01  
[weiterbildung@hotelleriesuisse.ch](mailto:weiterbildung@hotelleriesuisse.ch)  
**hotelleriesuisse**  
Swiss Hotel Association

# DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte

## Schenken Sie Ferien.

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

PC 40-1855-4  
[www.denkanmich.ch](http://www.denkanmich.ch)



**Grösseres, führendes \*\*\*\*Superior Hotel - Top CH-Resort Destination**

Anspruchsvolle internationale Kundschaft von A-Z verwöhnen, betriebswirtschaftliche Aspekte im Auge behalten, umsichtig und vorausschauend planen, hohe Qualität sicherstellen sowie die Leitung der F & B Outlets einschliesslich Küche und Einkauf sind die Schwerpunkte! In einer lebendigen Umgebung, Hand in Hand mit einem jungen erfolgreichen Management, werden Sie im Unternehmen eine zentrale Rolle spielen mit Direktkontakt an den General Manager!

Was können F & B-Profis erwarten: Eine unternehmerisch geprägte Aufgabe und entsprechende Wertschätzung, eines der besten Hotels seiner Klasse, starke Marke, hohe Standards in Sachen Einrichtung & Design, ausgezeichnete F & B Outlets, Bar, beeindruckender Wellnessbereich, Spa, Pool, sowie auf hohem Niveau ausgestattete Tagungs- und Convention Facilities für Events aller Art. Rund 40 Mitarbeitende inkl. einem F & B Assistenten unterstehen Ihrem Verantwortungsbereich.

**Food & Beverage Operations Manager w/m****Mitglied der Geschäftsleitung**

Sie sind selbstbewusst, abgeklärt, kommunizieren brillant auf allen Ebenen, verhelfen ehrgeizigen Performance-, Budget- und Standards-Vorgaben zum Durchbruch und sehen eine an Sie gestellte hohe Erwartungshaltung als Steigbügel zum Erfolg. Im Gegenzug erhalten Sie Privilegien wie Freiraum, Selbständigkeit, Kompetenzen und die Chance eine ausbaubare Position zu übernehmen, die für Ihre Karriere unerwartete Möglichkeiten eröffnet.

Praxis aus dem gehobenen Conference-, Banqueting- & Eventbereich sind Musskriterien. Führungsstarke Gastgeberpersönlichkeiten mit CH-F & B-Management-Praxis sowie vorzugsweise mit Auslands- & Konzernhotellerie-Erfahrung, sind nahe am Idealprofil! Eintritt: So bald wie möglich bzw. nach Vereinbarung. - Stehen Sie für **Service Excellence?** Suchen Sie das Besondere? Dann CV/Foto online senden oder zum Hörer greifen. Wir freuen uns auf Sie!

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

**SCHAEFER & PARTNER**  
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf  
Tel. +41 44 802 12 00  
www.schaeferpartner.ch  
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

**Karriereplanung in einem Unternehmen mit Zukunft**

Willkommen im führenden, grossen Erstklass-Superior-Hotel mit exzellent ausgestatteten Komfortzimmern und Suiten. Der grosszügig konzipierte Betrieb mit auf hohem Niveau ausgestatteten Convention Center, Wellnessbereich und diversen F & B-Outlets, gehört schlicht zum besten im Premium-Segment der einheimischen Hotellerie! Der Standort an 1 A-Lage in einer von internationalem Publikum stark frequentierten und grösseren **Premier-Resort-Destination** der Deutschschweiz ist Teil des Erfolgsrezepts.

Ziel der Stelle: Sicherstellung eines reibungslos funktionierenden Front Desk & Front Office Managements, geschickte Leitung einer Crew von 10-12 Mitarbeitenden inkl. eines Assistenten FOM, smarte Organisation des Check-in & -outs, Abwicklung administrativer Belange und aktive Mithilfe im Bereich Seminar- & Convention. Je nach Konstellation resp. je nach Ihrem Background wird Ihnen die Abteilung Reservations zusätzlich unterstellt.

**Front Office Manager w/m****Mitglied der Geschäftsleitung**

Als FOM oder Asst. FOM haben Sie bereits Erfahrungen gesammelt. Die aktive Mithilfe im Rahmen von Verkaufserreisen ist angebracht. Sie kommunizieren geschickt auf allen Ebenen, ob Feriengäste, Business-Clientel oder internationale High-Society. Gute Fremdsprachenkenntnisse (D/E Muss, F von Vorteil) erleichtern den Einstieg. Die attraktive Kaderposition ist ausbaubar: Die **Weiterentwicklung** innerhalb des professionell geführten Unternehmens ist Teil der Karriereplanung.

Idealprofil: Unternehmerisch denkende «Hands-on-Persönlichkeit» mit Esprit, Gastgeberqualitäten und optimaler Erfahrung aus der internationalen (Konzern-) Hotellerie sowie Vertrautheit mit den schweizerischen Gepflogenheiten. Der Eintritt wird flexibel gehandhabt bzw. erfolgt per sofort bzw. später nach Vereinbarung. - **Mut zu Neuem?** Dann sind wir echt gespannt auf Sie! Optimal für den Erstkontakt: CV/Foto via Mail senden oder ganz einfach anrufen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

**SCHAEFER & PARTNER**  
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf  
Tel. +41 44 802 12 00  
www.schaeferpartner.ch  
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch



Mit viel Herzblut, Passion und Liebe wurde der Landgasthof Lueg in den letzten Jahren umgebaut. Dem Traditionshaus wurde so neues Leben und frischer Wind eingehaucht. Der Betrieb zählt zu den schönsten, innovativsten und modernsten Landgasthöfen im Emmental und ist herrlich eingebettet in eine einmalige Landschaft in der Nähe von Burgdorf/Bern. Der Landgasthof verfügt über 19 individuell eingerichtete Zimmer, eine vielfältige Gastronomie (Gaststube, Gourmetlokal 15 Punkte, Avo Cigar Lounge, Whiskey Bar, div. Säle, Aussichts-Terrasse), und einen kleinen Wellness- und Fitnessbereich. Für die Leitung dieses abwechslungsreichen und innovativen Betriebes suchen wir per Januar 2014 oder nach Vereinbarung eine/n führungstarke/n

**Geschäftsführer/-in, oder ein Geschäftsführerpaar**

mit Gastgeberqualitäten, betriebswirtschaftlichem Verständnis und hohem Qualitätsbewusstsein. Als erfahrener und frontorientierter Gastronom verstehen Sie es, die Gäste und Mitarbeiter für den Landgasthof Lueg zu begeistern und den Betrieb weiter zu entwickeln. Sie haben Sinn für Details und es gelingt Ihnen, die verschiedenen Gästegruppen individuell anzusprechen und zu koordinieren.

Sie haben bereits einen Betrieb geführt oder können Führungserfahrung in ähnlichen Positionen vorweisen. Idealerweise sind Sie zwischen 30 und 45 Jahre alt und haben eine Hotelfachschule oder das Gastro-Unternehmerseminar absolviert. Wir bieten erfolgsorientierte Anstellungsbedingungen und auf Wunsch eine Wohnung in der Nähe an.

Interessieren Sie sich für diese Herausforderung und Chance, etwas zu bewegen? Gerne senden Sie Ihre kompletten Unterlagen bis am 15. November per Mail an

Landgasthof Lueg  
Samuel Menti  
Lueg 353  
3413 Kaltacker  
info@lueg.ch

**Basel+**

Culture Unlimited.

**Basel Tourismus** setzt sich mit seinem Team für die touristische Imagebildung und Vermarktung der vielseitigen Kulturstadt am Rhein ein.

Per 1. Januar 2014 oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n

**Manager Sales Leisure 100% (m/w)****Ihre Aufgaben**

- Führung und administrative Leitung des Sales Leisure Teams
- Planung und Koordination sämtlicher Verkaufsaktivitäten in den Zielmärkten von Basel Tourismus in Absprache mit dem Leiter Marketing & Verkauf
- Aktive Bearbeitung diverser Zielmärkte durch Teilnahme an Fachmessen, Workshops und Verkaufstreffen
- Aufbau und Pflege von Kontakten zu Reiseveranstaltern
- Laufende Analyse und Evaluation bestehender sowie potenzieller Zielmärkte
- Entwicklung von Dienstleistungen und Produkten für Reiseveranstalter in Zusammenarbeit mit der Abteilung Incoming Services
- Akquisition von Partnern für die Marktbearbeitung
- Betreuung von Studiengruppen
- Controlling der Marktbearbeitung und Administration der Kundenkontakte im CRM-System

**Ihr Profil**

Sie haben eine fundierte Ausbildung im Bereich Tourismus und/oder Marketing/Verkauf und verfügen über gute Kenntnisse der Tourismusbranche sowie mehrjährige Erfahrung in einer vergleichbaren Funktion. Ihr sicheres Auftreten, die Freude am Präsentieren und Ihr Netzwerk in der Reisebranche helfen Ihnen bei der Vermarktung von Basel als Reiseziel. Sie sind eine offene, kontaktfreudige und verkaufsorientierte Persönlichkeit, die es gewohnt ist, in mehreren Sprachen zu kommunizieren. Zudem reisen Sie gerne und können gut mit unregelmässigen Arbeitszeiten umgehen. Eine strukturierte Arbeitsweise, analytisches Denken, Führungserfahrung, Sozialkompetenz und Teamgeist runden Ihr Profil ab.

**Unser Angebot**

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und attraktive Aufgabe in einem dynamischen, motivierten Team sowie zeitgemässe Arbeitsbedingungen.

Bitte senden Sie Ihre aussagekräftige, schriftliche Bewerbung mit Foto an: Basel Tourismus, Herr Christoph Bosshardt, Leiter Marketing & Verkauf, Aeschenvorstadt 36, 4010 Basel, oder an christoph.bosshardt@basel.com

Telefonische Auskünfte erteilt Ihnen gerne Herr Christoph Bosshardt (Tel. 061 268 68 48).

Besuchen Sie uns unter [www.basel.com](http://www.basel.com)

**Ausbaubare Position in einem Betrieb der internationalen Spitzenhotellerie**

Sie entlasten die Direktion und das Front Office Management, halten ihr den Rücken frei und sind am Puls des Geschehens: Der grössere Hotelbetrieb geniesst hohes Ansehen und umfasst div. F & B Outlets, Bar, Wellness/Spa inkl. Indoor-Pool und grosszügig eingerichtete Veranstaltungsräumlichkeiten. Alles in Top-Zustand! Lage: **Deutsch-CH Premier Resort-Destination**, wo sich Ambiente, atemberaubende Naturschönheit, weltberühmte Events und Life-Style optimal ergänzen.

Als weltöffnender Hotel-Allrounder setzen Sie Akzente in den Bereichen Reservations, Revenue bzw. Optimierung der Auslastung und des RevPAR durch konsequente Umsetzung des Yield Managements sowie der Allotment-Überwachung. Sie leiten das Team und übernehmen gelegentliche Einsätze als Manager on Duty. Die Zusammenarbeit mit TOs, PCOs, Airlines, Geschäfts- und Privatkunden sowie die Gepflogenheiten der CH-Hotellerie sind Ihnen vertraut.

**Reservations Manager w/m****Mitglied des oberen Kaderns**

Sie sind selbstbewusst verbunden mit ausgeprägter Dienstleistungsbereitschaft und **Commitment** gegenüber internationaler Clientele. Frontorientiertheit - aktiver Gästekontakt ausdrücklich erwünscht - und ausgeprägtes Flair für Zahlen, aktive Marktbeobachtung und enge Zusammenarbeit mit der Verkaufsabteilung sind die Eckpfeiler Ihres Erfolges. Dafür erwarten Sie ein hohes Mass an Freiraum, Kompetenzen sowie eine gesicherte Karriereplanung.

Investieren Sie Ihre Kraft, Ihre Zeit und Ihr Engagement dort, wo es sich zu investieren lohnt. Wir bieten Ihnen die dazu passende Kaderposition in der Sie Ihre **Rooms Division-Qualitäten**, Konzernhotellerie-Erfahrung und Fremdsprachenkenntnisse (D/E Muss, F von Vorteil) einbringen können. Eintritt: Flexibel, z.B. sofort oder später nach Vereinbarung. - Interessiert? Einfach CV/Foto via Mail senden oder anrufen. Wir sind gespannt auf Sie.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

**SCHAEFER & PARTNER**  
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf  
Tel. +41 44 802 12 00  
www.schaeferpartner.ch  
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch



Unser Direktor, der seit 14 Jahren mit hoher Kompetenz das Waldhotel National Arosa leitet, wird das Unternehmen per 30. April 2014 verlassen, um eine neue Aufgabe zu übernehmen.

Aus diesem Grund suchen wir per 1. März 2014 oder nach Vereinbarung seine/n Nachfolger/n Nachfolgerin als

**Direktor/Direktorin**

Das Waldhotel National Arosa, 4\*plus Kategorie Hotellerie, zählt zu den ersten Adressen im Kanton Graubünden. Es versteht sich als Ort der aktiven Erholung, Begegnung und Weiterbildung für Familien, Einzelreisende und Seminarernehmer. Das Waldhotel National wird nach klar strukturierten Richtlinien und Grundsätzen geführt. Der offene und gemeinschaftsfördernde Geist des Hauses wird durch ein motiviertes Team verstärkt.

**Was erwartet Sie:**

- Das Waldhotel National ist ein Zweisaisonbetrieb (Sommer- und Wintersaison) mit einer durchschnittlichen Öffnungszeiten von 240 Tagen im Jahr.
- 123 Zimmer und Suiten, ein Gourmetrestaurant mit 32 Sitzplätzen und 15 Gault-Millau-Punkten, zwei Hotelrestaurants mit 240 Sitzplätzen, ein Fondue-Stübli mit 20 Sitzplätzen sowie weitere grosszügige Aufenthaltszonen und Bars mit 200 Sitzplätzen. Eine kleine Raucherzone und eine Sonnenterrasse runden das Angebot ab.
- Unser grosszügiges Seminarzentrum verfügt über eine moderne Infrastruktur für 180 Kongresssteilnehmer.
- Eine Wellnesszone auf 1100 m<sup>2</sup> mit Hallenbad, 7 verschiedenen Saunen, Beauty- und Massageanwendungen, Fitnessraum.
- Eine mit sämtlichen Kompetenzen ausgestattete Direktionsstelle.
- Eine neue, grosszügige 4½-Zimmer-Wohnung auf modernstem Standard.
- Das mit dem Verwaltungsrat erarbeitete Betriebs- und Investitionsbudget gilt als Führungsinstrument.
- Gehalt sowie Beteiligung der Verantwortung entsprechend.

**Wir erwarten von Ihnen:**

- Solide Grundausbildung mit Abschluss an einer anerkannten Hotelfachschule
- Unternehmerseminar Hotellerie, u.s.w. oder MBA
- Mehrjährige Erfahrung in leitender Stellung als Direktor/Vize-Direktor in der 4\*-/5\*-Hotellerie im In- und/oder Ausland
- Marketing- und Sales-Erfahrung
- Gute Fremdsprachenkenntnisse
- Natürliche Führungseigenschaften und Autorität
- Alter zwischen 30 und 45 Jahren
- Führungsprinzipien der zeitgemässen Teamführung

Fühlen Sie sich von der Position angesprochen und haben Sie die entsprechenden Voraussetzungen, dann erwarten wir gerne Ihre kompletten und aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Zielsetzungen, Handschriftprobe und Foto. Diskretion ist selbstverständlich.

**Anschrift:**

Persönlich  
Andy Abplanalp  
Waldhotel AG Arosa  
Präsident des Verwaltungsrates  
Postfach 243  
7050 Arosa  
abplanalp@waldhotel.ch  
+41 79 631 87 67



**PRIVATE SELECTION**  
HOTELS

zusätzlich postfach



## BINDELLA

Menschenfreundlichkeit.

Respekt.

Gastherzlichkeit.

Detailpflege.

Verantwortung.

Diese Werte sind uns wichtig.

Als in der italienischen Gastronomie tätige Familienunternehmung.

Mit rund 1200 MitarbeiterInnen.

Und 40 Gaststätten – zwischen Fribourg und Schaffhausen.

Zur Stärkung der Führung suchen wir eine

### Gruppenleitung Bern.

Wir pflegen eine ausgeprägte Vertrauenskultur.

Und lassen Ihnen grossen Freiraum.

Zur Besorgung dieser vielseitigen Aufgabe.

Sie betreuen unsere 7 Betriebe in Bern, Solothurn, Thun und Fribourg.

Und verfügen über die erforderliche Fachkompetenz und

Führungserfahrung.

Zu Ihren Stärken gehören Sozialkompetenz.

Und die Liebe zur italienischen Tafelkultur.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

La vita è bella.

Daniel Müller

Geschäftsleitung

BINDELLA Terra Vite Vita SA

Hönggerstrasse 115

8037 Zürich

daniel.mueller@bindella.ch

www.bindella.ch

*terra  
vite  
vita*

29492-10549

**hotelforsale.ch**

**Aussichtsreicher Posten!**

Für das 4\*-Hotel Caprice in Wengen, Sommer- und Winterkurort im Berner Oberland, suchen wir eine/n

**Exquisite/n Küchenchef/in**

Sie sind innovativ, flexibel, belastbar und bringen Erfahrung und Begeisterung für eine exzellente Küche mit.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme:

Der Betrieb:  
www.caprice-wengen.ch

Klein, aber fein, stilvoll und familiär mit 20 geschmackvoll eingerichteten Zimmern und fantastischer Aussicht.

Eintritt: 11. Dezember 2013

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:  
Jürg Zumkehr und Sophie Etterli  
Unternehmensberatung  
Bernastrasse 25 / 3800 Interlaken  
033 822 63 84 / info@hotelforsale.ch

28768-10475

Mitarbeiter suchen –  
Mitarbeiter finden  
[www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)

## TISCH UND BAR

SHOPPINGRESTAURANT

Und schon wieder die Liebe! Unsere Evi zieht ins Luzerner Hinterland und wir lassen sie mit ganz schwerem Herzen gehen.

Der oder die Nachfolger(in) sollte mit ebensolcher Begeisterung als ausgebildeter

### Chef de partie Entremetier

kochen, Ideen einbringen und täglich fröhlich und gut gelaunt am Posten stehen.

Wenn Sie Sonntag und Montag gerne mit Ihrer Familie oder der Liebsten verbringen und per Januar 2014 eine neue Herausforderung suchen, so senden Sie doch bitte Ihre Bewerbung per Post oder Mail. Oder Sie rufen an, Ursi Gisler erzählt Ihnen gerne mehr.

Tisch und Bar  
Shoppingrestaurant  
Ursi Gisler  
Holzhäuserstrasse 4  
6343 Holzhausen  
041 790 33 88  
www.tischundbar.ch

29040-10218

Wintersaison im 5\* Superior Hotel als

### Guest Service Assistant

Six Senses Spa im The Alpina Gstaad  
dir-alpinagstaad-spa@sixsenses.com  
<http://www.thealpinagstaad.ch/six-senses-spa>

29472-10540



## KLINIK SCHLOSS MAMMERN

In grossem Park direkt am Untersee (Bodensee) gelegen  
mittelgrosse Rehabilitationsklinik mit 250 Mitarbeitenden

Zur Verstärkung unseres Empfangsbereichs suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine

### Receptionistin (Verwaltungsmitarbeiterin) 100 %

#### Das Aufgabengebiet

- Erfassen von medizinischen Leistungen
- Erstellen der Patientenrechnungen bei Austritt
- Tagesabschluss und administrative Aufgaben beim Empfang der Patienten
- Mithilfe bei der Bedienung der Telefonzentrale
- Diverse Sekretariatsarbeiten auf PC (Windows 7, Office 2010)

#### Wir erwarten

- Eine abgeschlossene Grundausbildung im Bereich Hotellerie oder Gesundheitsbranche mit einigen Jahren Berufserfahrung
- Kenntnisse über die Abrechnung mit Krankenkassen und in der medizinischen Terminologie
- Ein Flair für Zahlen und gute PC-Kenntnisse
- Kenntnisse der englischen, von Vorteil auch der französischen und/oder italienischen Sprache
- Bereitschaft für Wochenenddienst und Schichtarbeit
- Belastbarkeit auch in Stresssituationen
- Sehr gute Umgangsformen und gepflegte Erscheinung

#### Wir bieten

- Attraktiven Arbeitsplatz mit modernen technischen Hilfsmitteln
- Selbständige, abwechslungsreiche Tätigkeit
- Qualitätsmanagement nach ISO Norm 9001:2008
- Internes und externes Fortbildungsangebot
- Zeitgemässe Anstellung mit guten Sozialleistungen
- Verpflegung und Wohnmöglichkeiten sowie gratis Parkplatz stehen zur Verfügung
- Internes Sportangebot mit Trainingsgeräten und Hallenbad zur kostenlosen Benutzung
- Möglichkeit einer professionellen Kinderbetreuung (12 Wo. bis 12 Jahre) im eigenen Kinderhort

#### Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns auf Ihre komplette, schriftliche Bewerbung per Post an unten stehende Adresse. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen jederzeit gerne telefonisch zur Verfügung.

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG  
Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin  
CH-8265 Mammern (Bodensee) TG  
Tel. +41 (0)52 742 11 11  
stellen@klinik-schloss-mammern.ch  
www.klinik-schloss-mammern.ch

THE SWISS  
LEADING  
HOSPITALS

29491-10548

Schweiz Tourismus.



## Leiter/in Touristische Partnerschaften

MySwitzerland.com

Begeistert Sie die Tourismusbranche?

Schweiz Tourismus ist für die landesweite und internationale Promotion des Ferien-, Reise- und Kongresslandes Schweiz zuständig. Sowohl am Hauptsitz in Zürich als auch in 26 Ländern weltweit bieten 240 Mitarbeitende täglich auf innovative und unkonventionelle Art die Schweiz als attraktive Feriendestination an.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir eine/n Leiter/in für unsere Abteilung Touristische Partnerschaften. Zusammen mit Ihrem Team tragen Sie die Verantwortung für die Organisation von Anlässen, die Betreuung von Branchenpartnern sowie die Bewirtschaftung der Partner-Webplattform.

#### Ihre Aufgaben

- Organisation von Branchenveranstaltungen (Schweizer Ferientag, Mitgliederversammlung, Schweizer Tourismusrat, Politivent, ST on Tour u. a.)
- Mitglieder-Akquisition und -Betreuung
- Koordination und Bewirtschaftung des STnet, der Webplattform für die Partner
- Budgetverantwortung für die Abteilung
- Leitung des Teams von 2 Mitarbeitenden

#### Ihr Profil

- Höhere Fachausbildung
- Erfahrung in Planung und Organisation von Anlässen
- Führungserfahrung
- Verhandlungssicher, kommunikativ, teamorientiert
- Selbstständiges und termingerechtes Arbeiten
- Flair für Betreuung von Partnern
- Sicheres Auftreten und Präsentationskompetenz
- Sehr gute Sprachkenntnisse schriftlich und mündlich in Deutsch und Französisch; Englischkenntnisse
- Gute Kenntnisse der touristischen Schweiz

#### Wir bieten

- Tätigkeitsgebiet mit grosser Eigenverantwortung
- Arbeiten in einem dynamischen und unkomplizierten Team
- Modernen Arbeitsplatz im Zentrum von Zürich
- Zeitgemässe Anstellungsbedingungen

#### Kontakt

Suisse Tourisme | Schweiz Tourismus | Svizzera Turismo | Switzerland Tourism  
Human Resources  
Corinne Hafner

Jetzt online bewerben  
auf [www.STNet.ch](http://www.STNet.ch)

29493-10546



Die Seniorenresidenz Südpark, mitten in der Stadt Basel beim Bahnhof SBB gelegen, besteht aus 103 seniorengerechten Wohnungen und einer Pflegeabteilung mit 28 Einzelzimmern. Ein Restaurant für die Bewohnerinnen und Bewohner, das öffentliche Residenz-Café, Coiffeur/Podologie, Waschsalon, Parking und diverse Allgemeinräume runden das attraktive Angebot ab.



Für diese moderne Residenz der Atlas Stiftung suchen wir Sie als

### Servicefachmitarbeiter/in 50–80%

Stellenantritt:  
sofort oder nach Vereinbarung

#### Ihr Profil:

Sie bringen eine abgeschlossene Servicefachlehre und Berufserfahrung in gepflegter Gastronomie mit. Des Weiteren beherrschen Sie die Serviceregeln und möchten Ihr Wissen und Können erweitern. Als erfahrene Fachperson beraten und bedienen Sie kompetent mit viel Freude und Charme unsere Gäste, Bewohnerinnen und Bewohner und besitzen zudem ausgezeichnete Umgangsformen. Sie haben Freude, in unseren verschiedenen Restaurants zu arbeiten, sind flexibel, bereit, halbe Dienste zu leisten und auch an Wochenenden zu arbeiten. Mit Ihrer fröhlichen und natürlichen Art bringen Sie Freude in Ihre Umgebung. Sie sind zuverlässig, initiativ und einsatzfreudig.

#### Auf Sie warten:

- ein interessantes und abwechslungsreiches Wirkungsfeld
- eine vielfältige Zusammenarbeit in einem interdisziplinären Team
- attraktive Anstellungsbedingungen.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige schriftliche oder elektronische Bewerbung mit Foto.

**Seniorenresidenz Südpark**  
Frau Lucia Geisshüsler, Leiterin Hotellerie  
Meret-Oppenheim-Strasse 62, 4053 Basel

Tel. 061 366 55 55  
bewerbung@residenz-suedpark.ch  
www.residenz-suedpark.ch

Eine Residenz der Atlas Stiftung

29479-10542



### Wussten Sie schon immer, was Sie wollen?

Als einer der grössten Arbeitgeber der Region Nordwestschweiz fördern wir 4'900 Menschen aus 79 Nationen in 120 Berufsfeldern. Weil wir möchten, dass sie täglich ihr Bestes geben. Teamarbeit und höchstes fachliches Niveau sind Voraussetzungen dafür, die spannenden Aufgaben im dynamischen Umfeld des Universitätsspitals zu übernehmen. Möchten Sie dazugehören?

Wir suchen per 1. Februar 2014 oder nach Vereinbarung eine / n

### Diätkoch / Diätköchin 100%

#### Ihre Aufgaben sind:

- Produktion von verschiedenen Menüs in der Diätküche in Zusammenarbeit mit einem jungen Fachteam
- Zubereitung von spezifischen Kostformen nach neuzeitlichen Gesichtspunkten
- Pflege des elektronischen Menübestellsystems (Orga-Card)
- Aktive Unterstützung der Lehrlingsausbildung
- Verantwortung am Speiseverteilband, dass die Gerichte die Küche korrekt verlassen

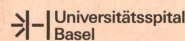
#### Sie bringen mit:

- Abschluss als Diätkoch / Diätköchin
- Mind. zwei Jahre Berufserfahrung in der Hotellerie
- PC-Anwenderkenntnisse
- Ausgesprochen qualitätsbewusste, selbständige und exakte Arbeitsweise
- Teamorientiertheit, Einsatzfreude, hohe Motivation
- Vorausschauendes und überlegtes Denken und Handeln

Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Christian Kech, Leiter Küchen, unter Telefon +41 61 328 67 74 gerne zur Verfügung.

Informationen zum Universitätsspital Basel als Arbeitgeber finden Sie unter [www.unispital-basel.ch/arbeitsgeber](http://www.unispital-basel.ch/arbeitsgeber).

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbung per Post an das Universitätsspital Basel, Human Resources P & B, Hebelstrasse 34, 4031 Basel oder via E-Mail an [bewerbungen-pb@usb.ch](mailto:bewerbungen-pb@usb.ch)  
[www.unispital-basel.ch](http://www.unispital-basel.ch)



Mehr wissen. Alles geben.

29456-10533

## LIZENZ NEHMER/IN

### IHR WEG IN DIE SELBSTÄNDIGKEIT!

Wir, die Alles klar! Veranstaltungs-Service Gruppe, zählen zu den führenden Anbietern im Non-Food Catering Bereich. Zum Kundenkreis gehören neben den renommierten Firmenkunden aus den Bereichen Event-Catering, Gastronomie und Hotellerie auch viele Privatkunden mit Geburtstagsfeiern, Kommunionen und Hochzeiten.

Wir vermieten hochwertiges Equipment namhafter Hersteller: von Gläser, Porzellan, Besteck und Tischdekoration angefangen über Mobiliar, Küchentechnik und Servicematerial bis hin zur kompletten Buffetausstattung. Selbstverständlich kümmern wir uns auch um Endreinigung, Transport sowie Auf- und Abbau.

Allesklar! Verleih-Service gibt es an 17 Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Unser Konzept ist seit 25 Jahren erfolgreich – Sie könnten es mit uns auch sein!

Für neue Alles klar! Betriebe  
in der Schweiz, suchen wir engagierte

#### Lizenznehmer/in

Das kann Ihre Chance sein! Wir helfen Ihnen bei Konzeption und Aufbau des Betriebes, beraten Sie bei Einkauf, Logistik, Vertriebs- und Marketingthemen und sorgen für optimale Einarbeitung und Betreuung während der Anfangszeit.

Sie wollen selbständig und erfolgreich sein, ohne Sonn- und Feiertage arbeiten zu müssen? Sie können zupacken, sind flexibel und kontaktfreudig? Sie sind interessiert, weil Sie echte Unternehmer- Qualitäten haben?

Dann schreiben Sie uns, was Sie bisher gemacht haben, wieviel Eigenkapital Sie einbringen können und ab wann Sie durchstarten könnten.

Wir freuen uns von Ihnen zu hören!

Senden Sie bitte Ihre aussagekräftige Bewerbung postalisch oder per mail an:



Alles klar! Verwaltungen AG  
Gotzinger Straße 48  
81371 München  
z. Hd. Hr. Roth

[werner.roth@allesklar-verleih.com](mailto:werner.roth@allesklar-verleih.com)

[www.allesklar-verleih.com](http://www.allesklar-verleih.com)

29479-10543

## SUISSE ROMANDE



L'Office du Tourisme du Canton de Vaud à Lausanne a pour but de soutenir l'économie touristique vaudoise. Il cherche pour le **15 janvier 2014** ou pour une date à convenir un/e

### RESPONSABLE INFORMATION & DÉVELOPPEMENTS MULTIMÉDIA 100%

#### Vos responsabilités :

Vous gérez une équipe de 6 personnes. Vous organisez et coordonnez les activités dévolues aux différentes unités du service, à savoir Développement Multimédia, Information, Services généraux. Vous gérez des projets et élaborez des concepts. Vous gérez et supervisez le budget global du service. Vous participez à la mise en œuvre de la stratégie d'entreprise.

La description complète du poste se trouve sous : [www.region-du-lemman.ch/fr/emploi-formation/Emploi](http://www.region-du-lemman.ch/fr/emploi-formation/Emploi)

#### Profil requis :

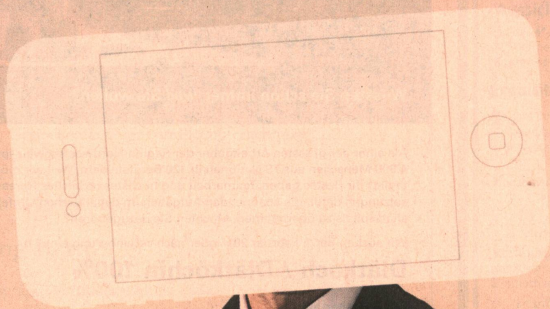
- Bachelors, ou formation équivalente (tourisme – communications – télécommunications)
- Expérience professionnelle confirmée dans le tourisme
- Bonnes connaissances de l'offre touristique vaudoise
- Excellentes affinités avec les nouvelles technologies de communication
- Expérience réussie dans la mise en œuvre de projets/concepts
- Expérience en gestion de budgets / équipe
- De langue maternelle française, avec de bonnes connaissances en allemand et anglais
- Visionnaire, capacité d'anticipation
- Sens de la communication et de l'innovation, motivateur
- Esprit d'analyse et de synthèse
- Esprit de décision et capacité d'action

Veuillez adresser votre dossier de candidature complet avec prétentions salariales d'ici au **8 novembre 2013** à l'Office du Tourisme du Canton de Vaud, Mme C. Antenen, Responsable RH, Av. d'Ouchy 60, Case postale 164, 1000 Lausanne 6, ou à l'adresse e-mail [antenen@region-du-lemman.ch](mailto:antenen@region-du-lemman.ch).

29481-10547

# Karriereplanung – einfach gemacht

# [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch)



Steht mir das?

Hier geht's zur Anprobe:  
Einfach Ihr Smartphone auf der  
markierten Stelle platzieren und  
die Frontkamera aktivieren.

Photo by KEVSTONE | Gallery Stock | Morgan Norman

**Inserate schlagen Brücken zwischen Kunde und Produkt. Und zwischen Medien.**

Dieses Inserat macht Werbung für Werbung in Zeitungen und Zeitschriften. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN schreibt dazu jedes Jahr einen Wettbewerb für junge Kreative aus. Dabei siegte auch diese Arbeit – kreiert wurde sie von Julia Bochanneck und Jan Kempter, Werbeagentur Scholz & Friends Schweiz AG. [www.Das-kann-nur-ein-inserat.ch](http://www.Das-kann-nur-ein-inserat.ch)



**SCHWEIZER MEDIEN**  
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA



Le GRAND HOTEL DES BAINS, 4 étoiles supérieur, situé dans un parc et aisément accessible depuis les plus grandes villes de Suisse, ainsi que le CENTRE THERMAL d'Yverdon-les-Bains, véritable oasis de bien-être et centre de cure reconnu avec un nouveau Management et de nouvelles orientations recherchent pour développer et dynamiser leur potentiel

### Son/Sa Directeur/trice des Ventes

Capable de démarcher la clientèle d'affaires, en particulier le segment des séminaires, des loisirs, des groupes tout en attachant une grande importance à notre clientèle locale.

D'excellente présentation, ayant de l'entregent, le sens du contact et de la négociation, vous amenez avec vous une solide expérience et votre connaissance du marché Suisse (en particulier de la Suisse Alémanique) et des Pays émergents tels que les Pays de l'Est et du Moyen Orient. Vous êtes également à l'aise avec les principaux canaux de distribution et avez une bonne connaissance des opérations et du thermalisme.

- Diplômé d'une école hôtelière ou équivalent ;
- Solide expérience dans l'hôtellerie ;
- Trilingue français-allemand-anglais, le suisse-allemand étant un atout ;
- Excellente maîtrise du Revenue Management ;
- Grande disponibilité en termes de voyages et d'horaires ;
- Aptitude à maintenir et à développer les relations avec les clients existants.

Vous souhaitez vous épanouir et développer votre potentiel au sein de deux établissements dynamiques, alors pourquoi ne pas relever un défi professionnel à la mesure de votre talent.

Nous serions heureux de recevoir votre curriculum vitae avec photo que nous examinerons avec la plus grande attention, par courriel ou par courrier postal (accompagné d'une lettre de motivation, copies de diplômes et certificats) à l'adresse suivante:

Ressources humaines  
GRAND HOTEL DES BAINS\*\*\*\*Sup  
Avenue des Bains 22 - 1401 Yverdon-les-Bains  
rh@grandhotelyverdon.ch

29047-10022

## SVIZZERA ITALIANA

### VILLA PRINCIPE LEOPOLDO LUGANO

Villa Principe Leopoldo consists of the Villa with its 37 elegant Rooms & Suites and the annex Residence of a further 38 rooms, 2 restaurants with regional cuisine and a unique private spa. Located on the Collina d'Oro just a stone's throw away from downtown Lugano, the Relais & Chateau boutique hotel offers one of the city's best views on the lake and surrounding mountains.

The hotel is one of a group of 4 luxury hotels in Ticino, in order to re-enforce our Sales & Marketing team, we are currently looking for a dynamic SALES MANAGER bringing along following skills:

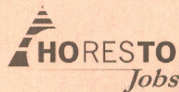
- Experience in Sales and/or Hospitality industry, preferably in the 5 Star category.
- Excellent language skills, both written and spoken, of Italian, English and German is a must.
- French and/or Russian or any other language is a big plus.
- Customer and result orientated, showing great flexibility to work independently and in a team alike.
- High ability of self-drive and to interact easily with clients, colleagues and superiors.
- Readiness to travel nationally and internationally.
- Disposed to attend trade fairs and to work from time to time on weekends.

Please send your CV and motivation letter with the subject "job application - VPL" to Alain Masson, Director of Sales & Marketing at [alain.masson@leopoldohotel.com](mailto:alain.masson@leopoldohotel.com)

Please note that we will only contact the candidates fully corresponding to the profile mentioned further above. For further details, please contact:

Intab SA  
Via Tesserete 10 • CH-6900 Lugano  
+41 91 911 41 11  
[www.leopoldohotel.com](http://www.leopoldohotel.com)

29472-10539



[www.hotelcareer.fr](http://www.hotelcareer.fr) [www.horesto.ch](http://www.horesto.ch)

Offres et recherches d'emploi sur 2 portails de recrutement spécialisés pour l'hôtellerie et la gastronomie

Tél.: 044 721 41 31 [contact@hotel-career.ch](mailto:contact@hotel-career.ch)

29761-10469

## INTERNATIONAL

### Wheatleigh

Boutique-Luxus-Hotel mit 5 Diamond-Restaurants zwischen Boston und New York sucht auf Anfang 2014

#### Assistant Restaurant Manager Chef de rang Internship Front Office/Restaurant Shift Leader Front Office

Mailen Sie uns bevorzugt in englischer Sprache Ihre Bewerbung.  
J1 1 Jahr Visa ist erhältlich, und wir sind gerne bereit, Ihnen dabei zu helfen.

Website: [www.wheatleigh.com](http://www.wheatleigh.com)  
E-Mail: [gm@wheatleigh.com](mailto:gm@wheatleigh.com)

*The Leading Hotels of the World*

29487-10034

## STELLENGESUCHE

### International Hotel Manager

Professional International Swiss-Australian couple is seeking opportunities in the Hospitality Industry. Highly experienced four & five star luxury hotel manager and international business development manager.

Combined experience of over 40 years, degree qualified, with proven track record. 5 Languages: CH-D, E, I, F, R. Exceptional customer services and communication skills. Excellent personal presentation, flexible outgoing attitude. «Can-do» personality. - Work-permits CH & EU.

Please contact: Ermano Bassi,  
E-Mail: [welcome@embassi.ch](mailto:welcome@embassi.ch), mob: 079 633 00 06

29580-10051

## STELLENVERMITTLUNGEN

### Cool Jobs in Flumserberg

Saison- und Jahresstellen  
in Gastronomie und Gewerbe  
Keine Vermittlungsgebühren  
Alle Infos unter:

[www.flumserberg.ch](http://www.flumserberg.ch)

Link „Jobs“ auf Startseite

29749-10460

## PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von



HOTELLERIE\*  
GASTRONOMIE ZEITUNG

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse  
Monbijoustrasse 130  
Postfach  
3001 Bern  
[www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch)

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22  
6002 Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

VERLAGE

htr hotel revue  
Monbijoustrasse 130  
3001 Bern  
[www.htr.ch](http://www.htr.ch)

Hotellerie\* Gastronomie Verlag

Adligenswilerstrasse 27  
6006 Luzern  
[www.hotellerie-et-gastronomie.ch](http://www.hotellerie-et-gastronomie.ch)

LEITUNG

Barbara König  
Philipp Bitzer

REDAKTION

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

[redaktion@stellenprofil.ch](mailto:redaktion@stellenprofil.ch)

[redaktion@immoprofil.ch](mailto:redaktion@immoprofil.ch)

ADMINISTRATION

Angela Di Renzo Costa  
Tel. 031 370 42 42  
[angela.direnzo@htr.ch](mailto:angela.direnzo@htr.ch)

Nicole Kälin

Tel. 041 418 24 44  
[nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch](mailto: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](mailto:inserate@stellenprofil.ch)  
[inserate@immoprofil.ch](mailto:inserate@immoprofil.ch)

PREISE

Stellenanzeigen

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

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

Die Immobilienanzeigen werden automatisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00 während einem Monat auf [www.htr.ch](http://www.htr.ch) / [www.immoaufgeschaltet.ch](http://www.immoaufgeschaltet.ch) publiziert. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden. Die genauen Konditionen sind unter [www.stellenprofil.ch](http://www.stellenprofil.ch) resp. [www.immoaufgeschaltet.ch](http://www.immoaufgeschaltet.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 Verwendung der redaktionellen Inhalte bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Redaktion. Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonst wie verwertet werden. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.

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

# ERFOLGSFAKTOR HOTELDESIGN



KEYSTONE

## Gestaltung und Design als Unterscheidungsmerkmal gewinnen im Tourismus- und Hotelleriemarkt an Bedeutung

Einst sprach Henry Ford: «Jeder Kunde kann sein Auto in einer beliebigen Farbe lackiert bekommen, solange die Farbe, die er will, Schwarz ist.» Diese Aussage könnte man leicht als Arroganz abtun, oder aber sie zeigt vor allem eines: Henry Ford kennt sein Produkt, dessen Profil und seine Kunden in seiner Zeit so gut, dass er unbeirrt und konsequent seinen Weg gehen kann und weder nach rechts noch nach links zu schielen braucht. Auch ein Hotelier in seinem regionalen oder sogar im globalen Markt muss sein Produkt gut kennen. Er muss um die Stärken seines Hauses wissen, diese noch mehr betonen und damit seinen richtigen Platz am Markt finden und besetzen. Auch für ihn ist es, wie für Henry Ford bei seinen Autos, ein wichtiges Kriterium, wie sich das Bild und die Gestaltung seines Hauses präsentieren. Der erste Eindruck von einem guten Bild mit perfekt präsentierten attraktiven Räumlichkeiten entscheidet in Zeiten des Internets in Sekundenschnelle über den Erfolg. Was nicht an-

spricht, wird sofort weggeklickt. Die Gestaltung und der Charakter eines Hotels sind in erster Linie Unterscheidungsmerkmale und werden damit zur primären Entscheidungsgrundlage für den Kunden, wenn er sich sein Ferien- oder Reiseziel aussucht.

### Wichtigkeit von Trends

Bei der Planung und Gestaltung eines Hotels muss nicht unbedingt der vorherrschende, aktuelle Trend im Vordergrund stehen. Sicher, auch das ist eine Strategie, die zum Erfolg führen kann. Im schlechteren Fall kann sie aber zu einer ziemlich atemlosen Verfolgungsjagd werden, es sei denn, man hat die Bedeutung, Originalität oder die Grösse, um selber die Trends zu setzen. Langfristig erfolgversprechender ist es da schon, seinen ganz eigenen Stil zu pflegen. Ein klassisches Haus ist am besten beraten, die klassische Gestaltung und die lieblichen Details zu zelebrieren. Nostalgiker und Romantiker werden dies zu schätzen wissen. Ein Landhaus darf, ja, muss sogar total Landhaus sein, mit allem was dazugehört, um damit die Naturliebhaber und Ruhesuchenden anzusprechen. So wie das urbane, hippe

Designhotel mit seinem Stil oder besser gesagt «Style» seine aufgeschlossenen Gäste finden wird. Jeder Hotelier, der ein solches Juwel mit einem definierten Profil oder sogar einer besonderen architektonischen Ausprägung hat, kann sich glücklich schätzen. Alle anderen sind gut beraten, ihrem Haus ein eigenes Gesicht zu geben und dieses dann mit grosser (Be-)Achtung zu umsorgen. Denn der Kunde sucht vermehrt nach dem einfach Verständlichen, nach beständigen Werten und nach dem Echten, Authentischen. Oder, wer bei Henry Ford ein schwarzes Automobil kaufte, hatte das Gefühl, genau das Richtige zu tun!



Thomas Wüest  
Mitglied der Geschäftsleitung  
beck-konzept ag  
www.beck-konzept.ch

Per 1. Dezember 2013 zu vermieten im Herzen des St. Galler Rheintals gut frequentiertes Speiserestaurant  
**beim Städtli Werdenberg**

Die einmalige Lage des Restaurants und das heimelige Ambiente der Gasträume ermöglichen ausgewiesenen Fachleuten eine ausgezeichnete Existenz. Die zeitgemässe Infrastruktur in der Küche und im Frontbereich sorgt für praktische und effiziente Arbeitsabläufe.

Das Platzangebot dieses Bijoux umfasst:  
– Restaurant 25 Plätze – Stübl 25 Plätze  
– unterteilbarer Saal 70 Plätze – Gartenterrasse 40 Plätze

Interessenten melden sich umgehend bei:  
HRG Innovatis Treuhand GmbH Telefon 081 300 14 40  
Grünaustrasse 8, 9470 Buchs riggi.lippuner@innovatis.net

**CREATIVE HOME**  
Immobilien sind Vertrauenssache

Im Auftrag zu kaufen gesucht  
**Hotels** ★★★★★

Kurzbeschreibung bitte an:  
**info@creative-network.ch**  
oder Telefon +41 44 882 4444, Herr Sigrist

**HESSER**  
Unternehmensberatung

Haben Sie einen Betrieb zu verkaufen – vermieten – für bessere Wirtschaftlichkeit zu reorganisieren – oder suchen Sie einen Betrieb – wir sind die Drehscheibe für interessante Hotels und Restaurants

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

**Im BÜNDNER OBERLAND zu verkaufen im Herzen der RHEINSCHLUCHT GASTHAUS**

mit 15 Zimmern (25-30 Betten), Restaurant (30) mit Saal (50), Terrasse (30) und Sitzungszimmer (20) sowie 10 Parkplätzen im Freien, BJ 1586, renov. 1997 + 2010; Landfläche 926 m<sup>2</sup>, Kubatur 2969 m<sup>3</sup> + Stall 602 m<sup>3</sup> mit Nutzungsreserve; sonnige, aussichtsreiche Lage.

**BELIEBTES AUSFLUGS- UND FERIEENZIEL**  
für Wanderer, Biker, Kanuten und alle die Natur pur erleben und/oder sich gerne sportlich betätigen möchten. Gerne erteilen wir Ihnen weitere Auskünfte.

Rufen Sie uns einfach an.  
**081 284 00 24**  
GERMANO DE GANI IMMOBILIEN CHUR

**Attraktives 5-Sterne-Boutique-Hotel im bolivianischen Tiefland zu verkaufen**

Das Hotel mit 32 Zimmern befindet sich in San Ignacio de Velasco, an bester Lage, direkt an der Plaza, im Zentrum der Missions-Rundreise und in der Nähe des Nationalparks Noel Kempff Mercado. Beide Attraktionen sind im UNESCO-Kulturgüterschutzprogramm aufgenommen.

VP Fr. 2,3 Mio.  
www.hotel-lamision.com

Interessiert? Kontaktaufnahme und Details 079 440 29 56  
adine.haab@bluwin.ch

**GASTROJOB.ch**

Die Stellenplattform  
für Hotellerie,  
Gastronomie und  
Tourismus

