

Objekttyp: **Issue**

Zeitschrift: **HTR Hotel-Revue**

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

Heft 25

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.e-periodica.ch>



kompetent
Marco Solari hat klare Vorstellungen über Perspektiven und Strukturwandel im Tourismus – und eine besondere Beziehung zur Hotellerie.
Seite 3

gerecht
Der Geltungsbereich des L-GAV des Gastgewerbes wird ausgedehnt – und sorgt für gleich lange Spiesse in der Branche.
Seite 2

sehenswert
Das atemberaubende Naturpanorama Creux du Van im Neuenburger Jura begeistert die Besucher – und soll touristisch aufgewertet werden.
Seite 8

gefragt
In Spanien wurde ein neuer Korken entwickelt, der keinen «Zapfen-gout» verursacht – und in der Schweiz sehr gefragt ist.
Seite 20

Inhalt

aktuell	2-5
people	6
cahier français	7-10
fokus	11-14
caterer & service	15
dolce vita	16-20

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Avec cahier français**

1002893
Schweizer Nationalbibliothek
Postfach 858
Helvetenstrasse 15
3005 Bern

02/15

Tourismuspolitik

Bund zeigt Flagge

Mit Spannung wird der Tourismus-Strategiebericht des Bundesrates erwartet. Erste Eckpunkte sind bekannt.

DANIEL STAMPELLI

Im Bericht zur künftigen Tourismusstrategie der Schweiz wird der Bundesrat verschiedene tourismopolitische Massnahmen vorschlagen. Dies erklärte Bundesrat Johann Schneider-Ammann, Vorsteher des Eidgenössischen Departements für Wirtschaft, Bildung und Forschung (WBF), anlässlich eines Besuches der Themenwelt Sasso San Gottardo. Eine wichtige Rolle werde das Zusammenspiel von Neuer Re-

gionalpolitik (NRP) und Tourismuspolitik spielen. Dieses werde eingebettet sein in ein Programm, welches die Schweizer Beherbergungsförderung insgesamt optimieren werde. Im Bericht werden auch verschiedene Massnahmen vorgeschlagen, um den durch die Zweitwohnungsinitiative beschleunigten Strukturwandel in der Beherbergungswirtschaft abzufedern und zu begleiten. Der Bundesrat wird diesen Tourismusbericht voraus-

sichtlich am 26. Juni präsentieren.

Wie Bundesrat Johann Schneider-Ammann auf dem Gotthardpass weiter erklärte, erarbeitet sein Departement zurzeit gemeinsam mit der Konferenz der Kantonalen Volkswirtschaftsdirektoren das neue Mehrjahresprogramm der Neuen Regionalpolitik 2016 bis 2023. Seit ihrer Einführung 2008 habe sich die NRP bewährt.
Seite 5

Kommentar

Tourismus und Umweltschutz finden sehr wohl zueinander



GERY NIEVREGELT

Über das Spannungsfeld Tourismus und Umweltschutz haben wir in der vergangenen Woche vertieft berichtet. An einem der neuralgischen Punkte ist nun Entspannung angesagt: Nachdem der Urner Regierungsrat den Teilzonenplan für die geplante Skiarena Andermatt-Sedrun nur mit Auflagen genehmigt hatte, zogen die Umweltverbände wie Pro Natura oder WWF ihre Beschwerde zurück. Damit sind die raumplanerischen Grundlagen gelegt.

Mit dem Kompromiss sind alle involvierten Parteien zufrieden; bei Andermatt Swiss Alps zeigt man sich gar «erfreut» und lobt den «konstruktiven Dialog mit den Umweltverbänden». Das ist die gute Botschaft, die über den Kanton Uri hinausdringt. Gerade in der Diskussion über die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative schiessen sich bürgerliche Politiker aus den Gebirgskantonen derzeit wieder einmal auf das Verbandsbeschwerderecht ein. Aus ihrer Optik betreiben die Umweltverbände reine Obstruktionspolitik und sind damit Verhinderer eines wirtschaftlichen Aufschwungs.

Das ist meines Erachtens eine verbohrtete Sicht. Nicht zuletzt für die Tourismusbranche ist es langfristig von unschätzbarem Wert, wenn der Schutz von Landschaft und Artenvielfalt wirksam in die Entscheidungsprozesse einbezogen wird. Es kann sehr wohl gelingen, tragfähige Kompromisse zu schliessen. Das Grossprojekt bei Andermatt ist hierfür Beweis.

Wo Märchen wahr werden

Ein junges Hotelier-Paar mit tausend Ideen steht im Fokus der aktuellen Ausgabe von «hotel gourmet welteln», dem Magazin für Hoteliers und Gastronomen. Nadja und Patric Vogel vom Märchenhotel in Braunwald lassen nicht nur Träume ihrer grossen und kleinen Gäste wahr werden, sondern zeigen beispielhaft für die Hotelbranche, wie sich ein Familienunternehmen trotz derzeit schwierigen Rahmenbedingungen behaupten kann, wenn der Betrieb klug und konsequent positioniert ist.

Thematisiert werden im neuen «hotel gourmet welteln» ausserdem die neusten Innovationen im Hotelbad, die Tipps von Wassersommeliers und Weinkennern sowie das Erfolgsrezept des Schweizer Spitzenkochs Rolf Fuchs. Nicht fehlen darf auch diesmal das beliebte Hotelrätsel. Wir wünschen Ihnen mit unserem Magazin lustvolles Lesevergnügen.
gn
Beilage



Auftritt im Magazin «hotel gourmet welteln»: «Märchenonkel» Patric Vogel.

Monique Wittwer

Thurgau

Aufbau einer Tourismuskultur

Wertschöpfung zieht nicht zwingend Wertschätzung nach sich: Obwohl sich der Thurgauer Tourismus im schwierigen Umfeld wacker schlägt und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist, fehlt im Kanton eine entsprechende Kultur. Eine im Aufbau befindliche Destination Management Organisation und private Initiativen zeugen aber von einem Bewusstseinswandel.
«fokuss», Seiten 11 bis 14

Gastronomie

Haute Thai Cuisine in Zürich

Ab heute Donnerstag geht es im Zürcher Widder Hotel für einige Tage etwas exotischer zu und her als sonst: Executive Chef Dietmar Sawyere erhält Besuch von seinem australischen Kollegen David Thompson, den er aus seiner eigenen Zeit in Down Under kennt. Der Thai-Koch gibt bis Samstag Kostproben und Einblicke in sein Schaffen. Danach wirkt er auch als Gastkoch am Foodfestival «Il Tavolo».



David Thompson, australischer Thai-Koch.

Der Spitzenkoch war der erste reine Thai-Chef weltweit, der mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet wurde. Mit seinen Lokalen in Sydney, London und Bangkok erhält er regelmässig internationale Anerkennung und Auszeichnungen. Im Interview mit der htr hotel revue spricht David Thompson über sein Verständnis von moderner, authentischer Thai-Küche. sag
«dolce vita», Seite 19

Täglich aktuell:
www.htr.ch

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



9 771662 334000 25

ANZEIGE

effizient

Abschluss und fertig.

Wir lassen in Ihren Büchern keine Fragen offen.

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Partnership

protel

Illy CAFE

www.illycafe.ch

Markus Bommer, Partner

präsent

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Für einen nachhaltigen Erfolg im Einkauf

HOREGO

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

www.horego.ch

Aus der Region

Zentralschweiz
Grünes Licht
für Skigebiets-
verbindung



Der Urner Regierungsrat hat die Teilzonenplanung Skinfrakturanlagen Andermatt genehmigt und gleichzeitig die Beschwerde der Umweltverbände als durch Rückzug erledigt abgeschrieben. Mit der erzielten Einigung sind die raumplanerischen Grundlagen für die neue Skiarena Andermatt-Sedrun gelegt. Der Regierungsrat ist erfreut, dass eine weitere Hürde geschäftlich ist

Sanierung
Verkehrshaus mit
oder ohne Hotel

Das 33 Meter hohe Verkehrshaus-Hochhaus in Luzern wird total saniert. Nun hat ein Vorprojekt ergeben, dass eine Sanierung mit und ohne Hotelbetrieb machbar ist. Wie das Verkehrshaus mittel, braucht es aber zur Finanzierung weitere, verteilte Abklärungen. Das Bürogebäude auf dem Areal des Verkehrshauses wurde Ende der 1960er-Jahre gebaut.

Private wollen
in Luzern eine
Metro bauen

In der Stadt Luzern wollen private Initianten eine Metro vom Stadtrand im Gebiet Ibach zum Schwanenplatz am See bauen. Die Innenstadt soll mit dem 400-Millionen-Projekt von Reisebussen und Autos entlastet werden. Die Fahrt im acht Meter breiten und sechs Meter hohen Tunnel soll drei Minuten dauern. Den Initianten schwebt tagsüber ein 5-Minuten-Takt und ein 24-Stunden-Betrieb vor.

L-GAV breiter gefasst

Der neue Geltungsbereich des L-GAV des Gastgewerbes wird per 1. Juli allgemeinverbindlich. Folge: fairerer Wettbewerb unter Anbietern gastgewerblicher Leistungen.

DANIEL STAMPFELI

Die Sozialpartnerschaft hat den Geltungsbereich des Landes-Gesamtarbeitsvertrags (L-GAV) des Gastgewerbes neu festgelegt und dem Bundesrat zur Allgemeinverbindlichkeitserklärung vorgelegt. Dieser hat nun entschieden, teilweise im Sinne des Gastgewerbes und somit auch im Interesse von hotellerieisuisse.

Dienstleistungen erbringen, geschaffen werden.

Für hotellerieisuisse ist klar, dass der neue Geltungsbereich mehr Klarheit über den Kreis der dem L-GAV unterstellten Betriebe und Arbeitsverhältnisse bringt. Er garantiert einen faireren Wettbewerb unter den Anbietern gastgewerblicher Leistungen.

«Wir haben sicher einiges erreicht, es gibt aber noch unbefriedigende Punkte.»

Marc Kaufmann
Geschäftsleitung hotellerieisuisse

Von der Branche vorgeschlagene Formulierung abgeschwächt

Mit der Ausdehnung des L-GAV sollten gleiche lange Spiesse zwischen dem Gastgewerbe und Betrieben, die gastgewerbliche

Marc Kaufmann, Leiter Wirtschaft und Recht bei hotellerieisuisse. Es gebe aber auch Punkte, die (noch) nicht zufriedenstellend gelöst sein dürften. Der Entscheid, den der Bundesrat per 1.



Der Wettbewerb unter den Anbietern gastgewerblicher Leistungen wird fairer.

ZVG

Juli 2013 in Kraft setzt, müsse aber noch im Detail analysiert werden.

Sonderregelung für den Detailhandel

Kritisiert wird von den Branchenverbänden die Formulierung des Bundesratsbeschlusses in Sachen Kantinen und Personalrestaurants, die vom betrieblichen Geltungsbereich ausge-

nommen sind. Die vom Gastgewerbe vorgeschlagene Formulierung sei zweimal mit «im Wesentlichen» abgeschwächt worden. So heisst es jetzt: Ausgenommen sind «Kantinen und Personalrestaurants, die im Wesentlichen dem betriebseigenen Personal dienen und im Wesentlichen durch betriebseigenes Personal bedient werden». Dies schafft gemäss Marc Kaufmann

Abgrenzungsprobleme. Der «gravierendste Abstrich» sei beim den Detailhandel betreffenden Passus erfolgt. Dieser sieht vor, dass Restaurantsbetriebe mit bis zu 50 Sitzplätzen, die räumlich mit Verkaufsgeschäften des Detailhandels verbunden sind, weiterhin – auch ohne gleichwertigen anderen GAV – dem L-GAV des Gastgewerbes nicht unterstellt sind.

Nationalrat bodigt Zweisatzmodell

Der Nationalrat hat der Mehrwertsteuer-Reform mit zwei Sätzen eine Abfuhr erteilt. Er beschloss, nicht auf die Vorlage einzutreten. Der Bundesrat muss eine kleine Reform des Mehrwertsteuergesetzes ausarbeiten.

DANIEL STAMPFELI

Der Nationalrat ist am Dienstag seinen Finanz- und Wirtschaftskommissionen gefolgt und hat sich für die Beibehaltung des geltenden Mehrwertsteuer-Dreisatzmodells ausgesprochen. Eigentlich wollte der Bundesrat das heutige System mit drei Sätzen durch einen Einheitsatz ersetzen. Doch das Parlament beauftragte die Landesregierung, ein Modell mit zwei Sätzen auszuarbeiten. Dieses hatte der Bundesrat in einer Zusatzbotschaft am 30. Januar 2013 verabschiedet. Doch davon will der Nationalrat nun nichts mehr wissen. Er hat beschlossen, nicht auf die Vorlage einzutreten. Susanne Leutenegger Oberholzer (SP/BL) argumentierte, dass sich mit dem Zweisatzmodell keine Vereinfachungen ergäben, da nur wenige Ausnahmen aufgehoben würden. Für Hansjörg Hassler (BDP/GR) bringt ein Zweisatzmodell gegen-

über der heutigen Lösung keine wesentliche administrative Entlastung. Die Folge wären unerwünschte Umverteilungen. Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf erklärte, der Bundesrat sei auch mit Nichteintreten auf die Vorlage zum Zweisatzmodell einverstanden. «An diesem Zweisatzmodell hängen wir wirklich

aus den Vorschlägen des Bundesrates. Das Geschäft geht nun in den Ständerat, der es voraussichtlich in der Herbstsession beraten wird.

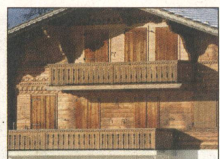
hotellerieisuisse befürwortet ein Zweisatzmodell. Ein solches mit gastgewerblichen und Beherbergungsleistungen jeweils im tieferen Satz sei eine pragmatische Lösung und ein erster Schritt in Richtung Konsolidierung der Mehrwertsteuersätze und Entbürokratisierung. Sollte es beim Dreisatzmodell bleiben, «ist es für uns wichtig, dass die Hotellerie ihren Sondersatz behält», sagte hotellerieisuisse-Präsident Guglielmo L. Brentel kürzlich in einem htr-Interview. Zu Beginn der Sommersession hatte der Ständerat als Zweitrat einer Verlängerung des Mehrwertsteuersondersatzes für Beherbergungsleistungen bis Ende 2017 zugestimmt.

Aktuelle Entscheide:
www.htr.ch/session

nicht», so die Bundesrätin. Die Mitglieder der grossen Kammer sprachen sich für eine Motion der Wirtschaftskommission (WAK) aus. Damit wird der Bundesrat beauftragt, dem Parlament eine kleine Revision des Mehrwertsteuergesetzes zu unterbreiten. Es geht dabei weitgehend um unbestrittene Punkte

Vorstoss gegen kalte Betten

Der Bundesrat soll Vorschläge zur besseren Auslastung von Zweitwohnungen machen. Der Nationalrat hat eine entsprechende Motion angenommen.



Zweitwohnungen sollen mehr vermietet sein. Alain D. Bollat

Die Umweltkommission des Nationalrats will mit ihrer Motion unter anderem, dass die Möglichkeiten zur Vermietung von Zweitwohnungen besser bekannt gemacht werden. Der Bundesrat soll seine Vorschläge im Rahmen der Arbeiten zur Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative vorle-

teil sollen eine spezielle, jährliche Lenkungsabgabe erheben dürfen. Das Berner Kantonsparlament hat den Regierungsrat beauftragt, die Gesetzgebung entsprechend anzupassen. Bei der Umnutzung von Erst- in Zweitwohnungen soll eine Gemeinde neben einer einmaligen auch eine jährliche Lenkungsabgabe verlangen dürfen. Die Abgaben sollen etwa dazu verwendet werden, um den Erstwohnungsbesitz oder das Angebot an Mietwohnungen für Ortsansässige zu fördern. Auch nach Annahme der Zweitwohnungsinitiative können Erst- in Zweitwohnungen umgewandelt werden.

TODESANZEIGE

In Memoriam
Peter Gautschi
1927 – 2013

The management and staff of
The Hongkong and Shanghai Hotels, Limited
mourn the passing of their former President
Mr. Peter Gautschi

A true hotelier and an important figure in Asian philanthropy
Peter will be missed and remembered by all who knew him

Hotelier – ein Traumberuf

Tourismus-Experte Marco Solari über den Strukturwandel im Tessin, Exzesse im Alpenraum und seine tiefe Verbundenheit mit der Hotellerie.

GERY NIEVEGELT

Marco Solari, als Präsident von Ticino Turismo kann Sie die Zweitwohnungsinitiative nicht unberührt lassen.

Das tut sie auch nicht. Demokratie muss man respektieren, auch wenn sie einem nicht passt. Aber die Initiative geht sehr weit und ist für die Bergkantone sicher nicht positiv. Nun hoffe ich, dass man wie immer in unserem Land bei allem Respekt für die Demokratie einen Weg findet, damit die Verhältnismässigkeit gewahrt bleibt.

Etwa dadurch, dass Querfinanzierungen bei Hotelbetrieben weiterhin möglich sind.

Ja, das ist für mich zentral. Nehmen Sie als Beispiel Locarno. Das Filmfestival hat heute ein strukturelles Problem, weil schlicht die Hotels fehlen. Aber ein Neubau oder eine Renovierung lässt sich oft nur finanzieren, wenn man daneben auch Zweitwohnungen bauen kann.

Im Hin und Her geht fast vergessen, was eine Mehrheit in diesem Land will, nämlich einen masslosen Bauboom den Riegel schieben. Müsste eine Branche, die von der Schönheit unseres Landes lebt, für dieses Votum nicht dankbar sein?

Jeder weiss, dass es in den Alpen in der Bautätigkeit fürchterliche Exzesse gab, die für den Tourismus gefährlich sind. Der von mir hoch verehrte Doktor Werner Kämpfer, Direktor der ehemaligen Schweizerischen Verkehrszentrale, hielt fest: «Tourismus tötet den Touris-

mus.» Oder, aus heutiger Sicht: An gewissen Orten wurde das Huhn, das goldene Eier legte, getötet. Ja, diese Exzesse muss man bekämpfen. Aber es gilt auch hier, das Kind nun nicht mit dem Bade auszuschütten.

Sie sind seit 50 Jahren im Schweizer Tourismus tätig. Wie lautet Ihr aktueller Befund?

Wenn ich das Tessin betrachte, frage ich mich, ob dieser Kanton derzeit nicht vorwegnimmt, was gesamtschweizerisch noch geschehen wird. Ist es eine Krise? Mir scheint, es findet ein tief greifender Strukturwandel statt. Auch Hotels haben ihren Anfang, ihren Aufstieg, ihre Blütezeit – aber irgendwann beginnt ihr Niedergang. Wenn sich ein Familienbetrieb in der dritten oder vierten Generation befindet, reicht oft

das Geld für Investitionen nicht mehr aus, denn es müssen zu viele Cousins ausbezahlt werden. Und irgendwann hat eine Familie dann nicht mehr die Kraft, das Feu sacré, um ein Hotel zu führen. Denn Hotelier ist ein Beruf, der mit grossen Opfern verbunden ist.

Und das bedeutet notwendigerweise das Aus?

Es ist jedenfalls ein riesiges Problem: Sehr viele Betriebe müssten renoviert werden, aber das Geld fehlt. Vielleicht entsprechen sie auch nicht mehr den Erwartungen der Gäste, oder sie sind in einer Zone, die plötzlich lärmig ist, oder die Aussicht wurde verbaut. Es ist oft besser, solche Hotels zu schliessen. Indem sie vom Markt verschwinden, machen sie möglichen neuen Projekten Platz. Aber dieser Wandel ist natürlich nicht einfach – im Tessin hat er unter Schmerzen stattgefunden. Negative Zahlen erzeugen eine Abwärtsspirale, man sucht also einen Schuldigen, und es gibt nichts Einfacheres, als das Malaise einem Tourismusdirektor in die Schuhe zu schieben.

Höre ich da eine gewisse Frustration heraus?

Ja, die Frustration ist da. Es ist natürlich viel angenehmer, in einem Kanton Tourismuspräsident zu sein, wo die Übernachtungszahlen steigen. Das ist ja leider immer noch der einzige Parameter, den man in dieser Branche kennt...

... und das im Übrigen über den Geschäftsgang noch nicht allzu viel aussagt.

Richtig. Es sagt auch nichts aus über den Tagestourismus und rein gar nichts über das vorhandene Potenzial. Im Tessin lässt sich dieses messen, indem ich feststelle, dass heute sehr viel in neue Projekte investiert wird. Eine Krise hätten wir, wenn nicht mehr investiert würde; wenn sich die Politik nicht mehr um den Tourismus kümmerte; wenn es keine Kräfte mehr gäbe, die mit Enthusiasmus ans Werk gehen. Aber das ist nicht der Fall. Und genau so wird es im ganzen Land ablaufen. Diese Schweiz hat ein derart grosses touristisches Potenzial – ich bin überzeugt, der Strukturwandel wird gelingen. Es braucht einfach seine Zeit.

Reden wir zu viel über Krise?

Viel zu viel. Wir Schweizer haben einen masochistischen Zug – und mangelndes Selbstbewusstsein. Da sind etwa die Amerikaner ganz anders.

Wir brauchen mehr amerikanischen Geist in der Hotellerie?

Nicht unbedingt. In der Hotellerie ist die Schweizer Werteskala richtig. Was mir bei den Amerikanern auffällt: Sie sind selbstsicherer, aber das Persönliche kommt zu kurz. Ich habe in all meinen beruflichen Tätigkeiten erlebt, dass nicht die Struktur es ausmacht, sondern das Persönliche, und gerade im Tourismus gilt für mich: People before structure. Auch in einer bestens funktionierenden Struktur sind es immer die Leute mit Charisma, Kompetenz und Menschlichkeit, die den entscheidenden Unterschied ausmachen. Viele werden nun sagen, das hat er schon vor 50 Jahren erzählt – stimmt. Und ich bin mehr denn je überzeugt: Wenn im Tourismus die Menschlichkeit fehlt, ein Lächeln, ein Wort, eine freundliche Geste, dann ist Tourismus nichts weiter als eine ökonomische Transaktion.

Wären Sie gerne Hotelier geworden? Ich habe mein Leben gelebt, so wie es war, aber wenn man mir sagen würde, dass ich mich noch einmal ganz neu orientieren könnte, wäre Hotelier eine grossartige Option! In diesem Beruf, gibt man enorm viel, und Geben kann Lebenszweck sein.

In welchem Hotel wären Sie gerne Hotelier?

Ich bin geprägt von einem Proustischen Bild. Der grosse Schriftsteller verlebte

seine Jugend Anfang 20. Jahrhundert oft im Grand Hotel Cabourg in der Normandie (im Roman Balbec), einer wunderbaren Welt mit dem Salon als Weltbühne, Réceptionisten, Zimmermädchen, Kellnern, Sommeliers, Liftiers. Mein Privileg war, dass ich das als Kind auch erleben durfte. Ich verbrachte meine Ferien oft in dem 1904 erbauten Grandhotel San Pellegrino Terme, das von meiner Tante Ancilla geführt wurde. Das war der Ort, wo man Menschen Freude bereitete. Natürlich sah ich später auch die Schattenseiten eines damaligen Hotelbetriebs. Mein Bild war sicher recht romantisch gefärbt.

Gibt es heutige Hotels und Hoteliers in der Schweiz, die Ihnen Eindruck machen?

Da ist einmal das Savoy in Zürich, wo wir dieses Gespräch führen, und dessen Erfolg eng mit dem Direktorenpaar Hörger verknüpft ist. Dann das Berner Bellevue mit Urs Bühler, das Lausanne Palace von Gauer, das traditionsreiche Beau Rivage in Ouchy, aber auch

kleinere Hotels, wo viel Herzblut fliesst. – Es zeigt sich immer wieder, wie stark Hotels von Persönlichkeiten geprägt werden.

Und was ist mit dem Tessin?

Da bin ich diplomatischer... Im Tessin liegen mir alle Hotels am Herzen.

Sie erwähnen die traditionellen Grand Hotels. Aber der Beruf des Hoteliers hat sich verändert.

Die Basis ist und bleibt das Altruistische, das Geben-Wollen. Nur genügt dies nicht mehr. Alles ist viel komplexer geworden und vor allem technischer. Als Hotelier können Sie es sich heute nicht leisten, sich zum Beispiel in der Informatik nicht auszukennen. Sie müssen Managementerfahrungen mitbringen, unbedingt, und dafür braucht es hoch professionelle Schulung.

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Warum klappt es oft mehr schlecht als recht beim politischen Lobbying?

Lange ging es der Schweizer Hotellerie sehr gut. Es brauchte also schlicht kein Lobbying, oder höchstens auf lokaler Ebene. Nun muss man aufholen, und da zeigt sich, dass im heutigen Tourismus die Interessenlage nicht immer klar gegeben ist. Die Branche ist sehr heterogen. Das erleichtert gutes Lobbying nicht. Auch sollte sich die touristische Branche ihrer Stärke bewusster sein.

Und es müssten mehr Touristiker und Hoteliers in die Politik.

Absolut. Das versuche ich den Touristikern im Tessin immer wieder beliebt zu machen, besonders dann, wenn sie erstaunt sind, dass sie ein Anliegen nicht durchbrachten: Steigt ein in die Politik! Wenn ihr etwas erreichen wollt, müsst ihr auch etwas dafür tun. Oder, wie es meine Mutter sagte: «Wotsch à Brief, so schrib à Brief.»

Zur Person Im Dienste des Bundes und des Kantons Tessin

Marco Solari, 1944 im Tessin geboren, studierte an der Universität in Genf Sozialwissenschaft. 1972 wurde er zum Verkehrsverein-Direktor des Kantons Tessin ernannt, 1988 zum Delegierten des Bundesrats für die Durchführung der 700-Jahr-Feier der Eidgenossenschaft. Nach Engagements beim Migros-Genossenschaftsbund (Mitglied der Verwaltungsdelegation) und Ringier (stv. Konzernchef) kehrte Solari zum Tourismus zurück. Seit 2000 ist er operativer Präsident des Filmfestivals Locarno, seit 2007 Präsident des Verkehrsbüros Ticino Turismo.

Standpunkt

Kein öV-Anschluss wegen saisonaler Schliessung



HANS AMACKER*

Bahn und Bus sind taktmässig eng miteinander verknüpft und täglich mit grosser Zuverlässigkeit unterwegs. Sie bieten massgeschneiderte Ticketangebote, die gerade im touristischen Verkehr (fast) keine Wünsche offen lassen. Das ist der öffentliche Verkehr (öV) in der Schweiz. Die öffentliche Hand – und damit die Steuerzahler – lassen sich dieses Angebot einiges kosten. Alleine in der Betriebskosten des Regionalverkehrs stecken Bund, Kantone und Gemeinden

«In vielen Ferienregionen landet man vor verschlossenen Türen von Saisonbetrieben.»

über 2,5 Milliarden Franken pro Jahr. Wir bewahren damit chronisch verstopfte Agglomerationen vor dem Verkehrskollaps und schaffen für die Regionen eine eigentliche Mobilitätsversicherung. Das ist praktisch. Nicht nur für die Nutzer des öV, sondern auch für die Wirtschaft, inklusive Tourismus. Schade nur, dass oft kein «Anschluss» besteht. Kein Anschluss? Ja, kein Anschluss in Hotels und Pensionen. Mit dem Ganzjahres-öV landet man in vielen Ferienregionen vor verschlossenen Türen von Saisonbetrieben. Selbstverständlich gibt es betriebswirtschaftliche Gründe für eine saisonale Schliessung. Und trotzdem, ich bedaure dies als öV-Verantwortlicher einer Touristenbahn sehr, umso mehr als es gute Beispiele gibt, die den Schritt zur Ganzjahresdestinationen gewagt und geschafft haben. Verkaufen wir doch unsere leeren «Off-season» Kapazitäten gemeinsam. Auch dafür gibt es einen Markt.

* Hans Amacker ist Direktor der Rhätischen Bahn (RhB).

Nachgefragt

«Das Emmental als E-Bike-Mekka der Schweiz»



Markus Lergier, Sie sind Direktor von Bern Tourismus.

Die diesjährige Mitgliederversammlung fand in Langnau i. E. statt. Wie kann sich das Emmental touristisch erfolgreicher positionieren? Das Emmental ist bereits einer der bekanntesten touristischen Brände der Schweiz. Eine einmalige Landschaft, lebendige Traditionen und eine lokale Küche machen die Region zu einem authentischen Schweizer Erlebnis. Der berühmteste Schweizer Käse ist in der Schaukäserei in Affoltern im Schaufenster des Tourismus. In Zukunft wird noch mehr auf buchbare Angebote im Bereich Human Powered Mobility fokussiert: das Emmental als E-Bike-Mekka der Schweiz. gn



Hotelfachschule Lausanne

Die Zeichen sind erkannt

Die Hotelfachschule Lausanne vertieft die angewandte Forschung mit Hilfe von namhaften Professoren wie Dr. Steffen Raub. Es ist dies eine lohnende Investition für die Zukunft.



Dr. Steffen Raub

Angewandte Forschung und vertieftes Wissen werden im universitären Umfeld immer wichtiger. Bei der Vielzahl an Bildungsangeboten kann sich eine Fachhochschule mit akademischen Leistungen hervorheben. Ein hoher Grad an Fachkompetenz beim Lehrkörper und das Vermitteln von wegweisenden Studien verhelfen einem Lerninstitut zu einem wichtigen Standortvorteil.

Die Hotelfachschule Lausanne (Ecole hôtelière de Lausanne, EHL) hat das erkannt und legt zunehmend mehr Gewicht auf die Forschungstätigkeit. Damit hat in der ältesten Hotelschule der Welt frühzeitig ein Kulturwandel stattgefunden. Die praxisbezogene Ausbildung bleibt zentral und wichtig. Aber die angehenden Hotelfachleute, Hotelmanager oder Hoteliers

aus aller Welt sollen zusätzlich zum Fachwissen auch mit den neuesten Erkenntnissen aus der akademischen Forschung in ein erfolgreiches Berufsleben eintreten können.

So gibt die Hotelfachschule Lausanne heute rund einem Dutzend profilierter Akademiker die Möglichkeit, unter ihrem Dach unter optimalen Rahmenbedingungen zu forschen. Dazu zählt Dr. Steffen

Raub. Er betreibt die akademische Forschung intensiv – und erfolgreich, wurde er vom Institut doch soeben zum besten Forscher des Jahres 2012 ausgezeichnet.

Dr. Steffen Raub ist Professor für Organisation und HRM an der Hotelfachschule Lausanne. Er verfügt über Master-Abschlüsse in Management der Universität Mannheim, Deutschland, der ESSEC in Frankreich sowie über einen Ph.D. in Management der Universität Genf. Dr. Raub kam 2004 zur EHL und unterrichtet seither in den Bachelor- und Masterlehrgängen Human Resources Management, Change Management, Verhalten in Organisationen und Forschungsmethodik. Seine Unterrichtsmethoden wurden in beiden Lehrgängen als durchwegs ausgezeichnet bewertet.

In der angewandten Forschung führte Dr. Raub mehrere umfassende empirische Untersuchungsprojekte in Zusammenarbeit mit grossen Hotelunternehmen durch (u. a. Kempinski, Hilton International, The Rezidor Hotel Group und Swissôtel), und erhielt über 300 000 Franken an externen Zuschüssen für seine Forschung. Seine Forschungsergeb-

Fachhochschule mit exzellentem Ruf

Die Hotelfachschule Lausanne (Ecole hôtelière de Lausanne) wurde 1893 von Jacques Tschumi gegründet. Damit ist sie die älteste Hotelschule der Welt. Heute gilt sie als eine international führende Fachhochschule mit exzellentem Ruf. 1500 Studierende aus mehr als 70 Nationen belegen die französischen und englischen Kurse der Fachhochschule. Als einzige Bildungsinstitution bietet sie einen eidgenössisch anerkannten Fachhochschulstudiengang im Bereich Hotellerie an. Als erste und bisher einzige Hotelfachschule wurde sie 2004 von der New England Association of Schools and Colleges (NEASC) als «Institution of Higher Education» akkreditiert.

nisse erschienen in den renommiertesten Fachzeitschriften in führenden akademischen Publikationen. Seit 2011 ist Dr. Raub als Stellvertretender Dekan für Forschung und Akademische Angelegenheiten an der EHL tätig. In dieser Funktion organisierte er die Forschungsaktivitäten an der EHL neu, senkte den Administrationsaufwand, vervielfachte die Akquisition externer Forschungszuschüsse und leistete Pionierarbeit in einer Reihe neuer Forschungsinitiativen, darunter ein Bewertungssystem der Forschungsergebnisse, interne Forschungsseminare, Schulung der Fakultätsmitglieder in Forschungsmethoden sowie ein neues, praxisorientiertes Publikationsformat.

Dr. Raub ist deutsch-schweizerischer Doppelbürger. Er ist mit einer Professorin für Strategie am IMD verheiratet und hat zwei Kinder im Teenager-Alter. Seine Hobbys sind Sport, Musik, Literatur, Kochen, gutes Essen und Wein. Sein ganz besonderes Engagement jedoch gilt der akademischen Forschung – und der EHL. Denn er weiss: «Eine gute Ausbildungsstätte profitiert sich auch über die Forschung.»



Der Bund verstärkt sein Tourismus-Engagement. Ein entsprechender Bericht wird in den nächsten Tagen präsentiert. Bundesrat Schneider-Amann gibt erste Hinweise.

DANIEL STAMPLI

Eine Neuausrichtung der Tourismuspolitik des Bundes ist nicht nötig. Die aktuelle Tourismuspolitik habe sich bewährt. Dies erklärte Bundesrat Johann Schneider-Amann bei einem Besuch der Themenwelt Sasso San Gottardo auf dem Gotthardpass (siehe Zweitext). Schneider-Amann bezog sich bei dieser Aussage auf einen Bericht zur künftigen Tourismusstrategie der Schweiz, den der Bundesrat in den nächsten Wochen beraten und voraussichtlich am 26. Juni präsentieren wird.

Förderung der Beherbergung optimieren

In seinem Bericht will der Bundesrat verschiedene tourismuspolitische Massnahmen vorschlagen. Darin wird laut Bundesrat Johann Schneider-Amann, Vorsteher des Eidgenössischen Departementes für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF, das Zusammenspiel von Neuer Regionalpolitik (NRP) und Tourismuspolitik eine wichtige Rolle spielen. «Diese Abstimmung wird eingebettet sein in ein Programm, welches die Schweizer Beherbergungsförderung insgesamt optimieren wird.» Zudem würden im Bericht verschiedene Massnahmen vorgeschlagen, um den durch die Zweitwohnungsinitiative beschleunigten Strukturwandel in der Beherbergungswirtschaft abzufedern und zu begleiten. Mit der NRP und mit Innotur habe der Bundesrat ausgereicherte Instrumente, um die Destinationen und touristischen Betriebe im Übergang zu neuen Wachstumsmodellen zu unterstützen. Wie Schneider-Amann weiter ausführte, erarbeitet sein Departement zurzeit gemeinsam mit der Konferenz der Kantonalen Volkswirtschaftsdirektoren das neue Mehrjahrespro-



«Tourismus- und Regionalpolitik werden sich noch stärker verzahnen.»

Johann Schneider-Amann
Bundesrat

gramm der Neuen Regionalpolitik 2016 bis 2023. Arbeitsplätze erhalten Ein grosser Teil der bisher rund 1200 initiierten Projekte der NRP liege an der Schnittstelle zum Tourismus. «Die Tourismus- und Regionalpolitik werden sich in Zukunft noch stärker verzahnen zugunsten des ländlichen Raumes», so Schneider-Amann weiter. Dies sei notwendig, insbesondere wenn die Folgen der Zweitwohnungsinitiative abgedeckt werden sollen. Ebenso um die langfristigen strukturellen Herausforderungen in der Tourismuswirtschaft zu bewältigen. Gemeinsam mit den Kantonen engagiere sich der Bund mit



Die Themenwelt Sasso San Gottardo auf dem Gotthardpass ist ein Vorzeigeprojekt des Programms San Gottardo 2020.

ZVG

Bundesrat will Tourismus fördern

der Tourismuspolitik und der Neuen Regionalpolitik dafür, dass auch in den ländlichen Regionen die Arbeitsplätze erhalten blei-

Arbeitsplätze erhalten

gramm der Neuen Regionalpolitik 2016 bis 2023. Arbeitsplätze erhalten Ein grosser Teil der bisher rund 1200 initiierten Projekte der NRP liege an der Schnittstelle zum Tourismus. «Die Tourismus- und Regionalpolitik werden sich in Zukunft noch stärker verzahnen zugunsten des ländlichen Raumes», so Schneider-Amann weiter. Dies sei notwendig, insbesondere wenn die Folgen der Zweitwohnungsinitiative abgedeckt werden sollen. Ebenso um die langfristigen strukturellen Herausforderungen in der Tourismuswirtschaft zu bewältigen. Gemeinsam mit den Kantonen engagiere sich der Bund mit

ben, fasste Bundesrat Johann Schneider-Amann auf dem Gotthardpass die Rolle der Bundesbehörde zusammen. Ein Vor-

Gottardo Vernetzung zentral

Das Programm San Gottardo 2020 ist ein Gemeinschaftsprojekt des Bundes und der Kantone Uri, Tessin, Wallis und Graubünden. Es dient als politisches Instrument zur Regionalentwicklung der Region San Gottardo. Mit dem Umsetzungsprogramm der Neuen Regionalpolitik San Gottardo 2012 bis 2015 haben die vier Kantone beim Seco ein gemeinsames, die Kantonsgrenzen überschreitendes Vierjahresprogramm eingereicht. Mit dieser Strategie unterstreichen die vier Kantone ihren Willen, gemeinsam das Gebiet um den Gotthard zu einem zusammenhängenden Lebens- und Wirt-

schaftsraum zu entwickeln. Für die Jahre 2012 bis 2015 unterstützt der Bund das Programm San Gottardo mit Finanzhilfen in der Höhe von 52,4 Mio. Franken Darlehen und 10,1 Mio. Franken à fonds perdu.

Die Themenwelt Sasso San Gottardo auf dem Gotthardpass wird von den Initianten als «das erste grosse Leuchtturmprojekt» bezeichnet, das dem Programm San Gottardo 2020 zum Durchbruch verhelfen konnte. Neben der Themenwelt Sasso San Gottardo werden durch das Programm San Gottardo noch weitere Projekte unterstützt. Dazu gehören: der «Vier-Quellen-Weg», die touristische Produkt-

entwicklungs San Gottardo, Golf San Gottardo sowie die Skiarene Andermatt-Gemsstock-Oberalp-Sedrun. Einen Meilenstein bildet ausserdem das am 8. April 2013 unterzeichnete Memorandum of Understanding zwischen den Gemeinden, Tourismusorganisationen und Bergbahnen von Andermatt, Sedrun und Disentis, Adermatt Swiss Alps und Programm San Gottardo 2020. Damit unterstreichen die vertretenen Organisationen ihren Willen, in Zukunft sehr eng zusammenzuarbeiten, um die Entwicklung der Region San Gottardo mitzutragen und zu unterstützen. dst

Aus der Region

Bern

Kadi erhält einen neuen Mehrheitseigner

Die Münchner Paragon Partners werden neu Mehrheitsaktionärin der Kadi AG mit Sitz in Langenthal. Verkäufer sind die von der Frankfurter ECM Equity Capital Management GmbH verwalteten Eigenkapitalfonds German Equity Partners III, die sich von allen Anteilen trennen. Das Kadi-Management erhöht den bisherigen Anteil am Unternehmen. Zum Kaufpreis der Transaktion haben die Parteien Stillschweigen vereinbart.

Bewerbungen für Zentrum für Schneesport



Bildautor

Der Bund hat die Kantone eingeladen, ein Bewerbungsdossier für ein «Nationales Schneesportzentrum» einzureichen. Die Auswahl der allfälligen Bewerbung des Kantons Bern erfolgt im Rahmen einer Vorevaluation, wie die bernische Polizei- und Militärdirektion mitteilt. Interessierte Destinationen können sich bis zum 12. Juli 2013 beim Seco bewerben. Die Fachkommission für Sport wird danach auswählen, welche Bewerbung für den Kanton Bern beim Bund eingereicht wird.

Berner Oberland

Schilthornbahn will Parkhaus bauen



ZVG

Die Schilthornbahn AG beabsichtigt, neben ihrer Talstation in Stachelberg zusammen mit der Gemeinde Lauterbrunnen ein Parkhaus mit rund 640 Parkplätzen zu errichten. Das öffentliche Mitwirkungsverfahren Überbauungsordnung Nr.5 «Lengwald, Stachelberg» ist mit einem Informationsanlass eröffnet worden und dauert bis Mitte Juli. dst

CCA und Scana neu Teil der Saviva AG

Cash+Carry Angehorm (CCA) und Scana werden per 1. Juli 2013 Geschäftsbereiche der Saviva AG. Mit der Zusammenführung der Organisationen CCA und Scana verfolgt die M-Industrie ihre Strategie zum Ausbau des Grosshandelsgeschäfts weiter. CCA Angehorm und Scana bleiben operativ selbstständige Geschäftsbereiche und treten weiterhin unter ihren Marken am Markt auf.

Trenitalia und SBB versprechen mehr Qualität

Stabile Verbindungen ab 2014, besseres Rollmaterial ab 2015, neue Kundenservices bereits ab

2013: Trenitalia und SBB verpflichten sich zwischen der Schweiz und Italien zu neuen und verbindlichen Qualitätsstandards. Die CEOs der SBB und der Gruppe FS italiane haben einen entsprechenden Zusammenarbeitsvertrag unterzeichnet.

Kampagne soll Bergunfälle reduzieren

In der Schweiz verunfallen jährlich 8500 Personen beim Wandern, weil sie sich überschätzen. Rund 40 Unfälle enden jeweils tödlich. Nun wollen der Verband Schweizer Wanderwege, Seilbahnen Schweiz und die Beratungsstelle für Unfallverhütung (bfu) mit der dreijährigen Präventionskampagne «Bergwandern – aber sicher», die Zahl der Unfälle reduzieren. dst

Fernmärkte sind kein Thema

Graubünden Ferien arbeitet an einer Strategie für die Jahre 2014 bis 2018. Dies sieht unter anderem die Rückkehr in den Heimmarkt vor.

Der Heimmarkt soll wieder – und verstärkt – ins Märkteportfolio der Marketingorganisation Graubünden Ferien (GRF) aufgenommen werden. Dies erklärte GRF-Präsident Marcel Friberg an der Generalversammlung. Fernmärkte hingegen seien definitiv kein Thema. Diese Neuausrichtung sei Teil der Strategie 2014/18. Weiter will sich Graubünden Ferien mit dem Service-Zentrum ePlatform Graubünden und der Übernahme von Marketingmandaten für Tou-

risimusorganisationen noch mehr als Dienstleister positionieren. Und mittels Sponsoring von Top-Veranstaltungen in Graubünden soll die Marke Graubünden weiter gestärkt und internationalisiert werden.

Mehr finanzielle Mittel vom Kanton nötig

Ein Pilotprojekt in diesem Bereich stellte Friberg für die Tour-de-Ski-Etappe vom kommenden Winter in Lenzerheide in Aussicht. Die vom GRF-Vorstand verabschiedete Strategie sei nun in Form eines Leistungsauftrags des Kantons zu gessen, erklärte Marcel Friberg den GRF-Mitgliedern. Da deren Umsetzung auch mehr Mittel seitens des Kantons erfordere, sei von den GRF-Verantwortlichen noch einiges an

qualitativ sehr guter Überzeugungsarbeit gefragt, räumte Friberg gleichzeitig ein.

Einfachere Berechnung der Mitgliederbeiträge

An der Generalversammlung wurden Jahresbericht und Jahresrechnung 2012 einstimmig gutgeheissen. Die Jahresrechnung schliesst bei einem Aufwand von rund 12 Mio. Franken mit einem Gewinn von 48000 Franken ab. Im Rahmen einer Statutenrevision beantragte GRF-Präsident Marcel Friberg u.a. eine Vereinfachung bei der Berechnung der Mitgliederbeiträge. Die Statuten wurden im Zuge dieser Revision angepasst. Das Geschäft wurde von den Mitgliedern einstimmig angenommen. dst

ANZEIGE

Ruepp & Partner ?!



Dank der Betreuung unserer Buchhaltung durch die Ruepp & Partner Dietikon AG haben wir mehr Zeit, um uns auf das Tagesgeschäft zu konzentrieren und wir sind erfolgreich.

Richard Engler
Gastrag AG

Ruepp & Partner Dietikon AG
www.ruepp.ch

Auf dem Weg nach oben

Die frisch diplomierten **Hotelmanagerinnen und -manager** NDS HF feierten letzten Samstag in Bern ihren Abschluss. Mit **Reto Garbely** gab es diesmal einen doppelten Preisträger.

GUDRUN SCHLENCZEK

Am 1. Juni feierten die Absolventen des 38. Zyklus des Nachdiplomstudiums NDS HF Hotelmanagement im Rathaus zum Äusseren Stand in Bern ihren Abschluss. Mit Reto Garbely gab es diesmal einen doppelten Preisträger. Die Eröffnungsrede hielt Peter B. Grossholz, Leiter Bildung hotellerieuisse. In einer süffigen Rede zeichnete Grossholz den Weg der Absolvierenden durch das NDS nach. Schliesslich hatte er den Zyklus noch eröffnet, bevor er ihm den neuen Verantwortlichen, Daniel Plancic, Leiter Unternehmerbildung hotellerieuisse, übergeben hat. Diplomredner Ernst Wyrsch, Präsident des Bündner Hotellier-Vereins, begeisterte die Gäste mit einer erfrischenden Rede. Multiperspektivität, so Wyrsch, sei eine der wichtigsten Qualitäten eines Hoteliers.

Guglielmo L. Brentel, Präsident hotellerieuisse, vergab sichtlich gut gelaunt zusammen mit Kursleiter Plancic die Diplome. Er forderte in seiner kurzen Ansprache die frisch ausgezeichneten Diplo-

miierten auf, sich auch als Unternehmer aktiv in Verbänden einzubringen und der Hotellerie auf kommunaler oder gar kantonaler Ebene eine Stimme zu geben.

Auch dieses Jahr verlieh die Stiftung Hans Schellenberg den mit 2800 Franken dotierten Preis für die beste Diplomarbeit. Reto Garbely, Küchenchef des Schweizer Paraplegikerzentrums Nottwil, hat die Jury mit seiner Diplomarbeit «Verwöhnen und aktiv einbeziehen – Strategische Neuausrichtung des Hotellerieangebotes» überzeugt. Den Spezialpreis der Hotela für den besten Abschluss erhielt ebenfalls Reto Garbely mit einer Note von 5,83.

Beim Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement handelt es sich um das einzige eidgenössisch anerkannte Nachdiplomstudium auf der Stufe Höhere Fachschule (HF) in der Hotellerie. Der nächste Zyklus des von hotellerieuisse angebotenen Studiengangs beginnt am 16. Oktober 2013.

www.htr.ch/diplom_NDS



Die Eröffnungsrede hielt **Peter B. Grossholz**, hotellerieuisse.



Die Absolventen des 38. Zyklus des **Nachdiplomstudiums NDS HF Hotelmanagement**.

Bilder zvg



Johann Rudolf Meier, Präsident des Stiftungsrates Hans Schellenberg, mit Preisträger **Reto Garbely**.



Musikalische Unterhaltung garantierte die **Jazz-Band Phono Source**.

Sesselrücken

Michael Stühler ist der neue Direktor im «Eden au Lac»

Der 49-jährige **Michael Stühler** (Bild) ist per 1. Juli zum neuen Direktor des Hotels Eden au Lac in Zürich ernannt worden. Er tritt die



zvg

Nachfolge von **Beat R. Sigg** an, der sich künftig auf seine Aufgaben als CEO und Präsident des Verwaltungsrates der Victoria-Jungfrau Collection konzentrieren wird. Stühler gilt als leidenschaftlicher und erfahrener Hoteller, der in vielen bekannten 4- und 5-Sterne-Häusern im In- und Ausland tätig war, seit 2011 als stellvertretender Direktor im «Eden au Lac».

Michael Thomann im Vorstand von Bern Tourismus

Die Mitgliederversammlung von Bern Tourismus hat den General Manager des Hotels Schweizerhof in Bern, **Michael Thomann**



zvg

(Bild) als neues Vorstandsmitglied gewählt. Er folgt auf **Patrik Scherrer**, der nach 12 Jahren von seinem Amt zurückgetreten ist.

Neuer Präsident für das Zürcher Opernhaus



zvg

Der ehemalige Zürcher SP-Regierungsrat **Markus Nottter** (Bild) wird ab Spielzeit 2013/14 neuer Verwaltungsrats-Präsident des Opernhauses Zürich. Er löst den früheren Zürcher Stadtpräsidenten **Josef Estermann** ab.

Genossenschaft Provins unter neuem Präsidium

Die Genossenschaftler von Provins in Sion haben **Pierre-Alain Grichting** als neuen Verwaltungsrats-Präsidenten nominiert. Der ehemalige Direktor der UBS Wallis tritt die Nachfolge von **Ambroise Briguet** an. Gleichzeitig wurde **Léonard Perraudin** als neuer Verwaltungsrat gewählt.

Frau an der Spitze des SAC

Françoise Jaquet wurde in der 150-jährigen Clubgeschichte des SAC als **erste Frau** zur neuen Zentralpräsidentin gewählt.

Der Schweizer Alpen-Club (SAC) feiert in diesem Jahr sein 150-jähriges Bestehen. Die Frauen allerdings sind erst seit rund 30 Jahren Teil des Sportverbandes. An der Abgeordnetenversammlung in Interlaken wurde letzten Samstag mit der Fribourgerin Françoise Jaquet nun erstmals eine Frau an die Spitze des SAC gewählt.

Die bisherige Vizepräsidentin Jaquet tritt die Nachfolge von Frank-Urs Müller an. Dieser war der Organisation mit ihren 140 000 Mitgliedern während acht Jahren vorgestanden. Françoise Jaquet ist aktive Bergsteigerin, war von



Der bisherige Zentralpräsident **Frank-Urs Müller**, die neue Präsidentin **Françoise Jaquet** und Bundespräsident **Ueli Maurer**.

zvg

2007 bis 2011 Präsidentin der SAC-Sektion Moléson und ist seit 2010 Mitglied des SAC-Zentralvorstandes.

Bundespräsident Ueli Maurer gratulierte dem SAC in seiner

Grussbotschaft vor rund 400 Delegierten und Gästen zum runden Jubiläum. Der SAC-Kulturpreis, der seit 1992 alle drei bis fünf Jahre vergeben wird, ging an Sylvia Hostettler.

gsg

Grosser Bergputz im Saastal: Eine Tonne Müll in Saas-Grund geborgen

90 freiwillige Putzhilfen trugen am vierten **Mountain Cleaning Day** eine Menge Abfall zusammen.

Nachdem in den letzten drei Jahren in Saas-Grund Abfall eingesammelt wurde, säuberten die bunt gemischten Putztrupps aus Leistungsträgern, Familien, Gästen und internationaler Prominenz am vierten Mountain Cleaning Day die Umgebung in Saas-Grund. Die Teilnehmer wurden in Gruppen eingeteilt und von Wanderleitern sowie bekannten Persönlichkeiten begleitet. Mit von der Partie waren unter anderem Nick Harrison, Coach des Britischen Segelteams, welches in London 2012 Olympisches Silber holte, Thomas Stocker, Klimaexperte von der Uni Bern, und Skicrosserin Sanna Lüdi. Auf der Bergstation Kreuzboden wurde der Müll dann fein säuberlich getrennt.



Gottfried Supersaxo (li.) vom Kidshotel Alphubel in Saas-Fee bei der Mülltrennung.

zvg

Sparen Sie mit der eigenen Wäscherei – im Ø unter CHF 2.00 pro Kilo Wäsche



Faktoren, die für eine eigene Wäscherei sprechen:

- Unabhängigkeit
- Werterhaltung der Textilien
- Kostengünstige Lösung
- Schnelligkeit
- Hygiene und Desinfektion

Gerne ermitteln wir kostenlos Ihre persönlichen Kennzahlen. Kontaktieren Sie uns: kostenrechnung@schulthess.ch

Schulthess Maschinen AG
CH-8633 Wolfhausen, kostenrechnung@schulthess.ch
Tel. 0844 880 880, www.schulthess.ch

SCHULTHESS
Wäschepflege mit Kompetenz



ANZEIGE

En bref

Genève

L'Hôtel de la Cigogne dispose d'une terrasse

L'Hôtel de la Cigogne à Genève dispose dorénavant d'une terrasse. Sur la place Longemalle dont les travaux viennent de se terminer et qui est devenue piétonne. Au pied de la vieille ville et au cœur du quartier des affaires les cinq étoiles étoffe ainsi son offre gastronomique. Le restaurant du chef Xavier Daïen et du maître d'hôtel Philippe Gobet propose grâce à son livre de cave de 350 crus, de grands crus même au verre.

Vaud

Un jeu de rôle grandeur nature à Chillon



Le Château de Chillon s'anime samedi grâce à un jeu de rôle grandeur nature. L'occasion de remonter le temps jusqu'en 1628, année où le comte Pierre II de Savoie, grand constructeur du château, rendit son dernier souffle: «Ultima Necat». Intrigue de cour, négociations, duels de chevaliers et mystères occultes devraient ravir la centaine de joueurs. L'association Coryphée, conceptrice du scénario, promet une soirée surprenante.

Le Caribana Festival maintenu au bord du lac



Le Caribana Festival pourra continuer de s'organiser au bord du lac. L'interpellation «Caribana ou va-t-on», adressée à la municipalité de Crans-près-Céligny suite au souhait de celle-ci de déplacer la manifestation, a porté ses fruits. Le conseil communal a voté à l'unanimité quatre résolutions en faveur du maintien du festival à l'emplacement actuel. Les organisateurs ont affirmé leur détermination à la rapide remise en état du terrain après le festival. La prochaine édition se déroulera du 4 au 8 juin 2014.

Le Villars Rando Festival attire 2000 visiteurs

La sixième édition du Villars Rando Festival s'est clôturée «sur un bilan très positif», informe Villars Tourisme dans un communiqué. Quelque 2000 personnes ont participé au programme d'activités, répartis du vendredi au dimanche. Des accompagnateurs en montagne ont guidé les randonnées thématiques et partagé leurs connaissances sur des thèmes aussi variés que la botanique, la cuisine aux plantes, la faune, le métier de gardien de cabane, l'apiculture, l'hydrologie. Rendez-vous est déjà pris pour la 7e édition, mi-juin 2014.



La brigade du Grand Hôtel du Lac de Vevey mettra ses compétences vraiment au service du client.

«Viens au Grand Hôtel, je cuisine»

Un chef étoilé qui dirige une bande de copains voulant réaliser leur repas et le déguster dans un cinq-étoiles. Ce sera possible au Grand Hôtel du Lac de Vevey.

ALEXANDRE CALDARA

Sur un mur noir de carreaux, on distingue une écriture enfantine à la craie. Elle tremble ou s'amuse et finalement laisse apparaître le message suivant: «Filet mignon de veau à l'ail d'ours et fromage frais, son jus de morilles et truffes.» Au premier plan

de cette image promotionnelle, douze cloches rutilantes et quatre prises électriques protégées. Que le western gustatif et culinaire commence. Le Grand Hôtel du Lac de Vevey proposera un rapport participatif à la gastronomie. En lançant dès septembre, l'opération «Cuisinez ensemble». Elle permettra aux épiciers d'inviter leurs amis à déguster dans un salon des plats qu'ils auront confectionnés eux-mêmes avec l'aide d'une brigade professionnelle.

De nouveaux codes raffinés pour la vie de palace

Une manière pour Christopher Rudolf, directeur de l'établissement, de répondre de façon créative à ceux qui ne se contentent plus d'un dîner familial dominical. Il casse avec raffinement les codes d'un palace ou plutôt crée des filins d'étrangeté douce-amère comme lorsque l'on croque dans du réglisse. Thomas

Neeser, chef exécutif de l'hôtel, (16 points Gault Millau et une étoile Michelin) évoque: «Une cuisine plus ouverte pour tous qui permet de faciliter le contact avec le client.»

Le changement passe aussi par les infrastructures. Une nouvelle cuisine de démonstration vient d'être conçue. Elle permettra à des groupes jusqu'à six personnes de se mettre à l'ouvrage. Un piano équipé aussi d'une caméra qui retransmettra via un affichage en direct sur écran la création culinaire dans une salle de bal ou sur des iPads au restaurant. La prépa-



«Le plaisir de communiquer fait aussi partie de l'acte de cuisiner.»

Thomas Neeser
Chef au Grand Hôtel du Lac

ration d'un tel événement s'annonce sérieuse, elle s'étale sur deux journées. En décembre, il sera possible d'organiser un déjeuner du vendredi «en dehors du bureau» et d'y convier de 12 à 120 personnes. Quatorze jours avant l'événement les clients ont un premier rendez-vous avec le chef: «J'espère qu'ils vont nous amener des idées différentes des nôtres.» Et pourtant les siennes ne manquent pas d'inventivité. Son «voyage gourmand» comprend «un foie gras de canard rhabarbe cacao et poivre Sichuan». Thomas Neeser

Effluves artistiques d'un élixir

Emblème du luxe et de la fête, le champagne n'a cessé d'inspirer les artistes. L'ouvrage «Les arts de l'effervescence. Champagne!» interroge les rapports entre la boisson à bulles et le domaine artistique.

LAETITIA BONGARD

«En tant que symbole, il a un pouvoir extraordinaire, il vous donne l'impression que c'est dimanche et que les jours meilleurs sont très proches.» La réplique de Marlène Dietrich dans «L'Ange bleu» a contribué à donner une définition glamour au champagne. Vecteur de mythes, la boisson effervescente

a depuis son apparition à la fin du 17e siècle jusqu'à nos jours nourri l'inspiration des artistes de tous les domaines de la création. De la peinture au cinéma, de la littérature à la musique, de l'architecture à la gastronomie. L'ouvrage «Les arts de l'effervescence. Champagne!», né de l'exposition qui s'est tenue ce printemps à Reims, retrace de manière abondamment documentée et imagée (250 illustrations) l'évolution de la représentation du champagne.

De boisson noble et mondaine sous l'Ancien Régime, à celle de fête et de décadence de l'Entre-deux-guerres, la symbolique du champagne évolue avec son temps. Le champagne accompagnant le repas de gentils hommes réunis autour d'une table anglaise dans «Le Déjeuner d'huîtres»

de Jean-François de Troy (1735), un décor opulent attestant du statut privilégié de cet élixir. Le champagne peu à peu associé à un univers sensuel, féminin. «Eloignée – en apparence – de l'idée de chair, la mousse immaculée du champagne peut alors être bue sans honte par les femmes», écrit Frédérique Desbuissons. Le champagne comme un atout de séduction: «Chez le père Lathuilles» (1879) d'Edouard Manet, comme marque d'élégance chez la «jeune fille à la coupe de champagne» de Veliart.

De la raffinerie à l'amusement. Les femmes représentées sur les affiches de style Art nouveau révolutionnent cette imagerie. Elles sont signées Toulouse-Lautrec, Leonetto Cappiello, Pierre Bonnard, dont l'œuvre «France-
Champagne» fera figure d'icône, symbole du champagne et de son anti-matière.



L'affiche de Pierre Bonnard, (1891) fait figure d'icône.

connait bien ce contact avec des non-professionnels pour avoir animé des cours de cuisine en Allemagne, pendant huit ans. La graphiste et la fleuriste de l'hôtel participent aussi à ce premier contact pour tout définir de la personnalisation. Sept jours avant l'heure H, les cuisiniers peuvent choisir leurs aliments dans une liste d'ingrédients. Puis 48 heures avant l'événement le chef propose un briefing.

Possibilité d'élaborer son panier directement au marché de Vevey

Au printemps, une version d'une journée sera aussi disponible qui débutera par une visite du marché de Vevey et l'élaboration d'un panier. L'occasion de cuisiner pour un partenaire, pour des parents ou la possibilité pour des amis de cuisiner ensemble. Pour Thomas Neeser «le plaisir de communiquer, de rigoler fait aussi partie de l'acte de cuisiner. Quand notre hôte reviendra manger, il aura sûrement envie de venir dire bonjour en cuisine.» Cette proposition peut aussi se transformer en cadeau, en surprise.

Cette nouvelle cuisine permettra aussi des offres intergénérationnelles. Les aînés ouvriront le bal, de septembre à novembre, autour d'un atelier avec le chef pâtissier-confiseur Cyril Sauvan. De janvier à mars 2014, la cuisine accueillera aussi la comédienne Sylvie Nickbarte autour d'ateliers pour enfants de 8 à 12 ans, elle promet «une expérience culinaire, théâtrale et éducative.»

Dans la plupart des propositions, le service reste la spécialité du personnel de l'hôtel. Notons tout de même que l'atelier «voyage en Orient-Express» propose une mise en place de la salle à manger avec le maître de salle. Un clin d'œil au Simplon-Orient-Express qui reliait Paris à Istanbul en passant par la Riviera de 1919 à 1962. On sait que Christopher Rudolph adorait l'idée d'un retour d'un tel trajet.

Mais avant l'Orient, le directeur du Grand Hôtel du Lac participait récemment à une tournée promotionnelle de dame Helvétie aux Etats-Unis avec Relais & Châteaux et Suisse Tourisme. Une rencontre à laquelle a été associé Thabo Sefolosha, le basketteur suisse des Oklahoma City Thunder qui n'est autre que le demi-frère du président de la société des hôteliers de Montreux Riviera. Christopher Rudolph a rappelé que les nuitées en provenance des Etats-Unis ont fortement augmenté entre 2011 et 2012 dans son hôtel. Les amateurs de basket spectacle deviendront peut-être les clients de l'expérience culinaire pratiquée au bord du lac Léman. En attendant, ils peuvent déjà déguster un King crabe au caviar à la croix blanche.

Les arts de l'effervescence. Champagne!, collectif d'auteurs, Somogy éditions d'art, 224 pages, relié, CHF 64,60.

www.hotelleriesuisse.ch/librairie

En bref

Valais

Avenir incertain pour l'Institut Kurt Bösch à Sion

L'Institut Kurt Bösch à Sion, spécialisé dans le tourisme et les droits de l'enfance, doit repenser son financement pour survivre. Il ne bénéficiera plus de subventions fédérales d'ici la fin 2014, rapporte «Le Nouvelliste». Le ministre Oskar Freysinger estime que l'institut doit être rattaché à des universités. La ville et le canton devraient également participer à son financement.

La partie hôtelière du «Village Royal» prête à démarrer



Le chantier à 650 millions de francs du «Village Royal» d'Aminona démarrera à l'automne, annonce la société Aminona Luxury Resort dans un communiqué. L'arrivée de nouveaux investisseurs lui a permis de franchir une nouvelle étape, l'achat de la totalité des terrains de la «zone 2», celle qui abrite l'hôtel cinq étoiles de plus de 300 chambres. Il constitue le cœur du projet. lb

Cirque sous perfusion

Très apprécié, donc très sollicité, le Creux du Van fait l'objet d'un programme Enjoy Switzerland. Il doit protéger son environnement, et accroître sa plus-value économique.

MIROSLAW HALABA

Le Creux du Van: un magnifique cirque rocheux, impressionnant, envoûtant. Il plaît énormément au public qui l'admire sous tous les angles, qui le piétine abondamment, jusqu'à mettre la flore en danger. Depuis l'automne passé, il fait l'objet d'un programme Enjoy Switzerland placé sous l'égide de Suisse Tourisme et organisé avec le soutien de l'Aide suisse aux montagnards. Son objectif: valoriser l'offre touristique afin de générer davantage de valeur ajoutée tout en respectant des principes de développement durable.

«Un accès sécurisé et non un belvédère»

Un groupe de travail, réunissant tous les acteurs du site – agriculteurs, propriétaires terriens, prestataires touristiques, pou-



Le Creux du Van doit demeurer une réserve naturelle, mais aménagée pour accueillir le flux touristique.

swiss-image.ch/Roland Gerth

voirs publics –, a défini et validé huit mesures. Parmi celles-ci figurent l'amélioration de la signalisation routière, touristique et environnementale. «Il s'agit de montrer au public que le Creux

du Van est une réserve naturelle», indique Yann Engel, directeur de Tourisme neuchâtelois. Il est aussi question d'aménager un cheminement VTT (les autorisations sont là) et un parcours cyclotouristique chronométré, de développer le merchandising. Et pour canaliser le flux des visiteurs, le groupe de travail prévoit de mettre en place un cheminement (adapté notamment aux personnes à mobilité réduite) qui relierait la Ferme du Soliat au bord du cirque, ainsi qu'un «accès sécurisé» – à définir – à ce même cirque. «Pas de belvédère comme cela a été écrit ces derniers jours dans la presse», rassure Yann Engel.

La compensation écologique ne fait partie du programme

Représentant Ecoforum, l'association faîtière pour la protection du patrimoine naturel neuchâtelois, Frédéric Cuhe participe au groupe de travail pour défendre une solution gagnant-gagnant. Le programme en prend-il le chemin? Il ne peut pas le dire encore. S'il est favorable à l'idée des surfaces sécurisées, il estime toutefois que des surfaces de compensation devraient être réservées au

bord du cirque pour soustraire la flore au piétinement. En d'autres termes, il souhaiterait que les gens n'aillent pas au-delà du Mur de l'amitié, beau mur de pierres situé à quelques mètres du creux. «Mais, la question de l'agriculture et de la compensation écologique est un domaine que le projet Enjoy ne traitera pas. Or pour pouvoir dire que c'est un bon projet, il faudrait que nous puissions avancer ensemble», souligne-t-il. Le projet court jusqu'en 2015. Ces prochains mois seront consa-

crés à la mise en place progressive des mesures. Le parcours cyclotouristique pourrait assez rapidement entrer dans les faits. Cela prendra, en revanche, plus de temps pour la signalisation routière et encore plus pour les surfaces sécurisées.

Yann Engel espère que quelques-unes d'entre elles pourront être annoncées dans le cadre de la campagne «panorama» prévue par Suisse Tourisme pour 2014. Une campagne où le Creux du Van a sa place.

Enjoy Switzerland Une nouvelle génération ouverte aux idées concrètes

La 4e génération du programme Enjoy Switzerland de Suisse tourisme entrera en vigueur dès 2014. Elle facilitera toujours la mise en place de projets visant à améliorer le développement des offres touristiques et la qualité des prestations, mais elle permettra aussi aux destinations avec des idées concrètes de projets de faire acte de candidature. Les experts d'Enjoy Switzerland in-

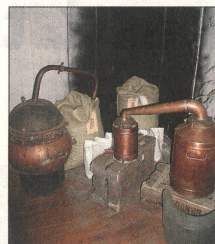
terviendront pour aider la destination à orienter ses choix et pour assurer la réussite d'un projet déjà esquissé. La gestion du projet sera placée sous la responsabilité du directeur de l'office du tourisme, alors que jusqu'à présent les destinations devaient engager un chef de projet. ST mettra à disposition son expertise et les connaissances acquises au cours des dix années d'Enjoy Switzerland. mh

La fée attend sa maison

La Route de l'absinthe a besoin de contenu. Espoir en 2014 avec l'ouverture d'une maison à Môtiers.

Les occasions de déguster de la fée verte étaient nombreuses samedi dans les rues de Boveresse, dans le Val-de-Travers. Le public ne s'en est pas privé. Une dizaine de distillateurs et une trentaine de marchands forains étaient en effet présents à la Fête de l'absinthe, 16e du nom. «L'absinthe n'était pas encore légalisée lorsque nous avons organisé les premières éditions», indique, le coup d'œil complice, Thierry Guizzardi.

Fréquentée en moyenne par quelque deux mille visiteurs, cette fête villageoise bon enfant est un point de chute sur la Route de l'absinthe. Ouvert au printemps 2012, cet itinéraire touristique franco-suisse qui relie Pontarlier à Noiraigue en a déjà quelques-uns de ces points de



Les alambics font partie de la culture de l'absinthe.

chute. Côté français, il y a la Musée de Pontarlier, et les «Absinthiades». Côté suisse, plusieurs distillateurs ont aménagé des espaces d'exposition et depuis le début de l'année, grâce à un tournus entre producteurs, le public peut trouver chaque jour une distillerie ouverte. «Une distillerie d'office en quelque sorte»,

note Yann Engel, le directeur de Tourisme neuchâtelois. La Route de l'absinthe a-t-elle de l'avenir? Fabrice Herard, son animateur côté français, en est convaincu. «L'absinthe intéresse beaucoup de monde en France et en Suisse, mais aussi dans les pays de l'Union européenne, aux Etats-Unis et en Asie», dit-il. Il n'est toutefois pas le seul à penser que la route sera notablement dynamisée avec l'ouverture 2014 (en juin probablement) – de la Maison de l'absinthe à Môtiers.

Installée dans l'ancien hôtel de district où étaient jugés les distillateurs d'absinthe clandestins, cette maison fait l'objet d'une rénovation complète. Les travaux, d'un montant de 2 millions de francs environ, ont débuté il y a trois semaines. «Ce centre d'interprétation de l'absinthe devrait accueillir entre 12000 et 15000 visiteurs par an», explique, enthousiaste, son directeur Yann Klausner. aka

ANNONCE

UN INSTANT DE BONHEUR. SUR COMMANDE.

UN POINT POUR TOI

Directeur d'un hôtel design à Bâle, le Romand Julien Baly dévoile sa vision du monde hôtelier. Avant de se concentrer sur «The Passage», son nouveau projet.

ALEXANDRE CALDARA

Sur les bancs de l'Ecole hôtelière de Lausanne, Julien Baly rêvait d'un petit hôtel urbain un peu plus contemporain et design que ce qui existait en Suisse. Aujourd'hui lorsqu'on se couche dans une des 48 chambres de l'Hôtel D de Bâle (4 étoiles) que le jeune homme de 29 ans originaire de la région lémanique dirige, on peut mettre un petit panneau sur la porte où il figure: «En train de rêver», au lieu du sempiternel: «Ne pas déranger». Lors de ses premiers emplois aux Etats-Unis, il découvre ce type d'hôtel, notamment le Restaurant Hotel Avalon, à Beverly Hills, «où les légumes poussaient sur le toit». Ces idées novatrices, avec son frère Thomas diplômé lui du Glion Institute des Hautes Ecoles, ils arrivent à les laisser infuser en famille. Pas n'importe laquelle, puisque ses parents suisses ont créé en 1975, le groupe Diana-Hr qui compte dix établissements en Alsace. En novembre 2010, ils décident avec l'aide d'investisseurs de rénover un bâtiment locatif qui date des années 1960, à proximité immédiate du prestigieux Hôtel des Trois Rois pour y développer l'Hôtel D qu'ils veulent «intime et discret».

L'offre culturelle de Bâle contribue au succès de l'hôtel

La recette fonctionne grâce à l'offre culturelle de la ville de Bâle les week-ends: «Elle attire beaucoup de jeunes couples, notamment romands. L'arrivée des Picasso au Kunstmuseum est par exemple une offre extraordinaire.» Au lendemain d'Art Basel, «un excellent week-end», il salue la vitrine pour la ville, même si lui travaille avec de plus petites structures comme Kunstraum, «la porte à côté de la Fondation Beyler», ou le bistrot Fakt qui offre ses murs à de jeunes artistes. La semaine, la bonne fréquentation de l'hôtel est garantie par la clientèle d'affaires, notamment du secteur pharmaceutique. La marque D fonctionne si bien qu'un petit frère va ouvrir à Strasbourg, en



Julien Baly dirige l'Hôtel D de Bâle depuis son ouverture. Un concept porteur qui va se transformer en marque.

Les secrets simples d'un petit hôtel humain

mars prochain. Et au même moment, le groupe investira dans un deuxième hôtel bâlois «The Passage», dans le quartier du Steingraben, un concept quasi similaire de 52 chambres. «Avec de plus grandes surfaces, une technologie plus avancée, un bar et un fitness de 150 mètres carrés.» Il comprendra aussi trois lofts «apparthotel» entre 50 et 80 mètres carrés. «Idéal pour des personnes en formation ou celles qui vont bientôt emménager en Suisse. Les familles bénéficient de plus d'espace, tout en profitant des services hôteliers.» Julien Baly assurera la direction des deux établissements.

Le design sera à nouveau confié au bureau Wyss+Santos: «Lui est suisse-allemand, elle de la Répu-

blique dominicaine, il conçoit l'extérieur et elle l'intérieur. Le D était leur premier projet hôtelier, ils commencent à bien comprendre nos impératifs pratiques. On travaille avec des matériaux robustes.» A Strasbourg, le groupe collabore avec la renommée designeuse parisienne Sybille de Margerie.

L'importance d'un staff soudé qui partage sa passion

«Hallo», une voix ferme se fait entendre à la réception. Julien Baly interrompt poliment notre entretien dans le lobby pour venir en aide à une cliente impatiente. Il voulait un hôtel humain, le voilà servi. «Ce matin Félix est tout seul à la réception», sourit-il. On se

trouve loin de son stage au Kempinski de Pékin: «Grâce à la confiance de Michel Novatin, Chief Executive Officer, je me suis retrouvé très vite assistant du Front Desk Manager à coacher 20 personnes qui devaient gérer 450 départs, 300 arrivées et des VIP.» Le premier principe de l'hôtel humain est de faire marcher un staff: «Ils doivent être contents de venir bosser, partager leur passion avec les clients.» A l'Hôtel D, il gère 13 collaborateurs, plus un service externe de «housekeeping» de 6 personnes. Cette culture des employés, elle vient de ses premiers boulots aux Etats-Unis: «Ils savent créer une unité, motiver tout le monde, cela passe aussi par deux ou trois sorties du personnel



Le futur lobby du projet «The Passage».

par année. On doit se retrouver entre piliers.» Il y repense aujourd'hui où une de ses prochaines tâches sera de nommer le directeur de réception et la nouvelle gouvernante de «The Passage». «Je vais m'appuyer sur l'équipe du D, des jeunes entre 22 et 32 ans qui veulent plus de responsabilités.»

Pour Julien Baly, l'innovation hôtelière passe par la simplicité. Un grand lit avec des matelas Robusta fabriqués à Bâle, un wi-fi stable et gratuit, une bonne télévision avec un bouquet de chaînes internationales, une salade de fruits frais au déjeuner, des produits de douches Ecocert aux emballages biodégradables. En jeune homme de son temps, il aime suivre les blogs de voyages.

Le musée gruérien lance les artistes sur la piste d'une nouvelle image pour Bulle

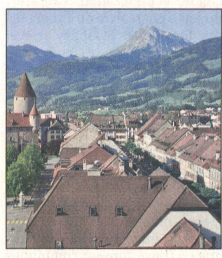
Une initiative originale pour valoriser autrement une région qui connaît un spectaculaire développement.

«Contribuer à la création d'images de la ville de Bulle». Voici l'un des buts poursuivis par le Musée gruérien en lançant son grand concours «Bulle. Points de vue sur une ville» destiné aux artistes professionnels ou en formation, en vue

d'une exposition temporaire qui sera présentée pendant l'hiver 2014-2015. Les œuvres originales proposées seront sélectionnées sur dossier par un jury composé de spécialistes de la création, du patrimoine et de l'urbanisme issus de différentes régions de Suisse.

Parmi les autres buts poursuivis par ce projet: «Proposer un thème d'actualité encore très peu traité par les artistes, approfondir un des thèmes forts du musée: les relations entre la ville et la campagne, susciter des pistes de réflexion pour l'avenir.»

Les organisateurs du concours rappellent dans leur dossier de présentation que la ville de Bulle a connu ces trente dernières années un essor spectaculaire. Avec une population ayant doublé passant de 10 000 à 20 000 habitants. aca



La ville de Bulle cherche une nouvelle image.

www.musee-gruerien.ch

Les gens

Un renouveau pour le Restaurant Les Planets

Fabienne Estoppey vient de reprendre le premier juin la gestion du Restaurant Les Planets, aux Rasses. Cette nouvelle gérante



bénéficie d'une expérience de 30 ans dans la restauration. L'établissement compte ainsi renforcer son rayonnement régional. Il sera désormais ouvert tous les jours, sauf le mardi. «Ce restaurant d'alpage a une importance particulière pour la région d'Yverdon-les-Bains», précise l'Office du tourisme dans un communiqué de presse. aca

Première femme présidente du Club alpin Suisse

Françoise Jaquet (photo) a été nommée présidente du Club alpin suisse (CAS) lors de l'Assemblée des délégués qui s'est tenue same-



di à Interlaken. En 150 ans d'histoire, c'est la première femme à accéder à ce poste. La Gruérienne Françoise Jaquet est une alpiniste active et fait partie du comité central depuis 2010. Elle succède à Frank-Urs Müller qui se retire après huit ans passés à la tête du club. Le Prix de la culture CAS a été décerné à l'artiste bernoise Sylvia Hostettler. lb

Changement à la tête de STA Travel

Caroline Bleiker (photo) occupera le poste de directrice générale pour la Suisse de STA Travel à compter du 1er septembre. Elle



remplacera Nadine Mathis qui a souhaité relever de nouveaux défis hors du secteur du tourisme. Caroline Bleiker bénéficie de 20 ans d'expérience dans le tourisme, notamment au sein de TUI AG et FTI Touristik. Sa mission consistera à entretenir le changement de cap stratégique initié sous Nadine Mathis afin d'être plus proche du marché suisse. lb

Un Grec entre les étoiles et les anneaux

Panos Tzivanidis a été nommé à la tête du département événementiel et hôtelier du Comité International Olympique. Il est en



charge de tous les événements non-sportifs et pilote les services de billetterie et d'hôtellerie. Ce diplômé des Roches International School of Hotel Management dirigeait depuis 2011 le département Travel & Conferences de l'UEFA. Au début de sa carrière, il organisait des conférences dans de grands hôtels. Il a dit sa fierté de Grec à œuvrer pour le CIO. aca



La Chambre valaisanne du tourisme souhaite sensibiliser la population dès le plus jeune âge à l'importance de ce pilier économique pour le canton. swiss.image.ch/Christian Perret

«Stimuler les échanges entre professionnels»

La Chambre valaisanne du tourisme veut souder les acteurs de la branche, sensibiliser la population à son importance. Des objectifs relevés lors de sa première assemblée générale.

LAETITIA BONGARD

La Chambre valaisanne de tourisme au complet, sa stratégie définie, elle peut débiter ses activités. Effective depuis le 1er janvier dernier, la remplaçante de Valais Tourisme a tenu la semaine dernière sa première assemblée générale. Le comité, composé de 13 personnes, a opté pour une gouvernance sans directeur. «Nous n'en éprouvons pas le besoin pour l'instant, nous voulons éviter de ponctionner inutilement trop de cotisations auprès de nos membres», justifie Raymond Carrupt, président de la nouvelle entité. Elle confie en revanche le statut d'administrateur délégué à Luc Fellay, représentant des Sociétés de développement du Bas-Valais, et celui de secrétaire général à Patrick Béro, directeur de l'Association hôtelière du Valais (lire ci-contre). La Chambre valaisanne

de tourisme a d'ailleurs élu domicile dans les bureaux de cette dernière. Les deux représentants des offices du tourisme, Fabian Claivaz de Martigny Tourisme et Geri Berchtold de Riederalp Tourisme, rejoignent également le comité.

Fédérer les acteurs du tourisme

Il est encore trop tôt pour relever des actions concrètes. Durant les six derniers mois, la Chambre valaisanne du tourisme «a préparé le terrain pour pouvoir maintenant se mettre au travail», résume Raymond



«Nous voulons renforcer l'attrait des professions du tourisme.»

Raymond Carrupt
Prés. Chambre valaisanne tourisme

Carrupt. Elle a défini sa vision, listé ses objectifs stratégiques, réparti les tâches entre les groupes de travail. Le but ultime étant de fédérer tous les acteurs de la branche, de s'inspirer de leurs besoins pour guider ses actions. «Il est nécessaire de stimuler les coopérations, d'échanger les savoir-faire entre les professionnels.» Selon le président, il n'y a pas lieu d'aplanir d'éventuelles tensions entre le Haut et le Bas-Valais: «Les intérêts et les objectifs des acteurs du tourisme sont les mêmes dans toutes les parties du canton.»

Le travail de lobbying se portera sur la défense de conditions-cadre optimales, le soutien à une politi-

Deux voix hôtelières pour défendre les conditions-cadre de la branche

Les hôteliers peuvent se réjouir d'être doublement représentés au sein de cette nouvelle structure. Au même titre que les autres professionnels du tourisme, Pierre-André Pannatier, président de l'Association hôtelière du Valais et directeur de l'Hôtel Alpenblick (3 étoiles sup.) à Zermatt, défendra les hôteliers au sein du comité. «La TVA, l'application de la lex Weber sont des thèmes sur lesquels nous reviendrons», Patrick Béro, directeur de l'Association hôtelière du Valais, a

quant à lui été nommé secrétaire général de la Chambre valaisanne du tourisme. S'il pense que les hôteliers «se rejoignent certainement» que l'un de leurs confrères se situe au cœur de l'information, il tient à souligner: «Je défendrai certes les hôteliers, mais également les autres professions, dans l'intérêt du tourisme en général.» Pour lui, la priorité se situe dans l'établissement de conditions-cadre favorables, concrètement: le coût des marchandises trop élevées, comme le prix de l'énergie. lb

Nouvelle association pour Lavaux Unesco

L'association Lavaux Patrimoine mondial vient d'être créée. Le comité réunit tous les prestataires concernés par l'inscription. L'hôtelier Jean-Jacques Gauer en assure la présidence.

LAETITIA BONGARD

Le vignoble vaudois de Lavaux, inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco, poursuit sa professionnalisation. L'association Lavaux Patrimoine mondial (LPM) a été créée la semaine dernière. La nouvelle structure succède à la Commission intercommunale de Lavaux qui gérait le site depuis 5 ans. «Le but est d'intégrer tous les acteurs concernés par l'inscription, qui n'est pas que l'affaire des politiques mais aussi des milieux viticoles, économiques, touristiques, éducatifs, culturels, académiques», explique Emmanuel Estoppey, manager du site depuis 2009. Le comité, composé de 14

personnes, réunit les représentants de ces différents milieux. «Cette nouvelle organisation devrait permettre davantage de synergies et de réactivité et surtout de défendre une vision commune», poursuit-il. Jean-Jacques Gauer, directeur du Lausanne Palace, a été nommé à la présidence.

Bénéficier des compétences et du réseau de Jean-Jacques Gauer

«Jean-Jacques Gauer est une personnalité très appréciée et connue des habitants de la région. Il habite sur les hauts de Cully, sa famille est locataire de l'Auberger du Raisin», justifie Emmanuel Es-

toppey. Le choix de l'assemblée générale s'est porté sur l'hôtelier pour son expérience dans le management, ses connaissances de la région et son large réseau. Autant d'atouts qui devraient bénéficier à l'association, estime le manager du site. Christoph Sturny, directeur de Montreux-Vevy Tourisme, et Olivier Lehrian directeur de l'Hôtel Préalpina de Chexbres, représentent quant à eux le tourisme et l'hôtellerie-restauration. Le comité a défini quatre axes de travail visant à la sauvegarde et à la valorisation du site: l'économie viticole; l'aspect paysager; la communication; le tourisme, la



Emmanuel Estoppey et Jean-Jacques Gauer.

culture et l'éducation. Parmi les projets à poursuivre ou à concrétiser, Emmanuel Estoppey relève: le développement de l'œnotourisme, la création d'itinéraires et d'ateliers-découvertes, l'amélioration des brochures informatives à disposition des visiteurs.

Un budget amené à doubler voire tripler d'ici à trois ans

Doté d'un budget de 400 000 francs pour 2013, la nouvelle association projette de doubler voire tripler ce budget d'ici à trois ans, grâce à l'ouverture aux communes extérieures et à des partenaires privés.



Zum Beispiel Ermatingen: Der Bodensee bietet dem Thurgau ein touristisches Potenzial, das bei Weitem nicht ausgeschöpft scheint.

swiss-image.ch/Roland Gerth

Seetüchtiger Thurgau

Der Kanton Thurgau verfolgt eine touristische Wachstumsstrategie mit dem Bodensee als USP. Die strukturschwache Hotellerie erhält besondere Beachtung.

ALEX GERTSCHEN

Das knapp 3000 Seelen zählende Dorf Ermatingen schläft noch, als Rolf Meier an diesem kühlen Sommermorgen mit seinem Boot auf den Untersee hinausfährt. Es ist kurz vor halb sechs. Die beglückende Stille, vom dröhnenden Motor und zischenden Wasser durchbrochen, stellt sich nach wenigen Minuten wieder ein, sobald wir die Fanggründe erreichen. Meier ist Berufsfischer, einer von zwei im Dorf. Er wird zufrieden sein, rund 40 Felchen dem Netz entwinden zu können.

Wer fischt, ist nicht aufs Geldverdienen aus, entwickelt aber einen besonderen Sinn dafür. Deshalb nimmt Meier seit diesem Jahr Touristen mit aufs Boot. «Bisher kann ich sie an einer Hand abzählen», sagt er. Meier glaubt nicht, dass das Angebot je auf breites Interesse stossen wird. Allzu früh muss der Wecker gestellt werden. «Dafür sind jene, die sich aufrufen, wirklich am Fischen interessiert. Und sowieso: Ich gehe

ja ohnehin auf den See», sagt der Fischer lakonisch.

Bedeutung des Bodensees sorgt für ausgeprägte Saisonalität

Wer Ermatingen besucht, erhält einen ziemlich repräsentativen Eindruck vom Tourismus im Kanton. Am Wasser hängt, zum Wasser drängt das Gastgewerbe. Die Schifffahrt ist die wichtigste Attraktion, am Bodensee liegen fünf der acht grössten Tourismusorte (Tabelle unten und Karte rechts).

Die Dominanz des Bodensees bringt eine ausgeprägte Saisonalität mit sich: Der Sommer ist stark, der Winter schwach. Wachstumspotenzial sehen die Verantwortlichen von Thurgau Tourismus primär in der Belebung der Übergangszeiten im Frühling und Herbst (Interview auf Seite 13).

Ein weiteres Merkmal des kantonalen Gastgewerbes springt beim Spaziergang durch Ermatingen ins Auge: Im Fischerdorf sind neben dem Hotel Ermatinghof der «Adler» und der «Hecht» die Aushängeschilder. Beide Restaurants bieten einige Zimmer an, doch ist die Beherbergung nicht ihr Kerngeschäft. Dieses Ge-

«Der regelmässige Austausch mit den anderen Seminarhotels ist sehr wertvoll.»

Yvonne Simml
Direktorin «Feldbach», Steckborn

schäftsmodell wurde 2010 in einer vom Kanton in Auftrag gegebenen Studie beurteilt: Die nebenher geführten Übernachtungsangebote seien oft wenig und zu klein, als dass sich die notwendigen Investition

rechneten. Um Abhilfe zu schaffen, hat Thurgau Tourismus letztes Jahr eine Beratungsstelle für Hotels und Gasthöfe eingerichtet (vgl. Seite 14).

Die Massnahme ist eines von mehreren Beispielen, die auf eine wachsende Dynamik im Thurgauer Tourismus hinweisen. Die Tourismusorganisation wird seit 2012 zu einer Destination Management Organisation (DMO) ausgebaut,

um nicht zuletzt die Angebotsentwicklung der Hotellerie und der anderen Leistungsträger zu stimulieren, koordinieren und professionalisieren.

Erfolgsbeispiel MICE-Geschäft: Leitlinie für den DMO-Prozess

Wohin der DMO-Prozess führen soll, zeigt die erfolgreiche Produktlinie «Seminarland Thurgau». Unter der Internet-Adresse seminarland.ch und in einer Broschüre wird das MICE-Angebot gebündelt und übersichtlich präsentiert. Dies hilft der Kommunikation gegen aussen und innen. «Die zwei jährlichen Treffen mit den anderen Hotels sind sehr wertvoll. Überhaupt kriegen wir unglaublich viel für den Mitgliederbeitrag», ist Yvonne Simml, Direktorin des Hotels Feldbach in Steckborn, voll des Lobes.

Auch Daniel Anderes, Direktor von Lilienberg Unternehmerforum in Ermatingen, zeigt sich ob der festgestellten Professionalisierung der Tourismusarbeit erfreut. Er füllt die 39 Zimmer zu zwei Dritteln mit Gästen der Trägerstiftung und der Ferag AG, der Firma des Stiftungsgründers Walter Reist. Doch zum einen gilt es, das letzte Drittel zu füllen und zum anderen vorzubeugen: «In wirtschaftlich schwierigen Zeiten wird oft bei Seminarlasten gespart. Deshalb muss man sich breit aufstellen», sagt Anderes.

Im Gegensatz dazu beabsichtigt der nahe «Wolfsberg», das 125 Zimmer und jährlich zwischen 18000 und 20000 Logiernächte zählende Seminarzentrum der UBS, laut Direktorin Ruth Kilchenmann keine Öffnung. Weil das Angebot nur der UBS und Partnerfirmen zur Verfügung stehe, sei ihr Haus – das mit Abstand grösste im Kanton – nicht Mitglied bei «Seminarland», sagt sie.

Zürcher Neu-Hoteliere im traditionsreichen «Ermatingerhof»

Am Abend, bevor wir Fischer Rolf Meier begleiten werden, blasen kräftige Böen über den See.

Fortsetzung auf Seite 13

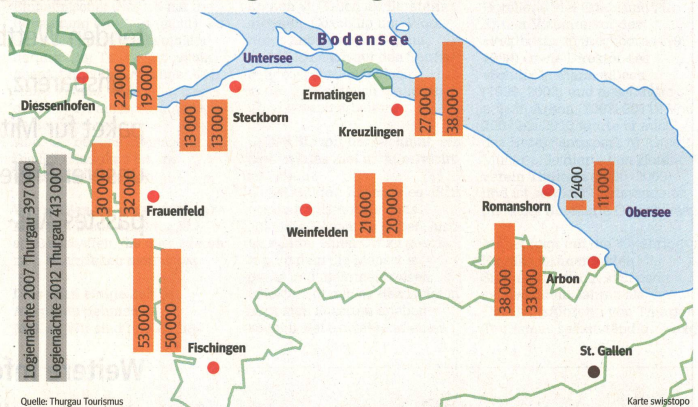
Wasserangebote als dominierende Touristenattraktionen im Thurgau

Attraktion (nach Passagier-/Besucherzahlen)	2007	2012
1. Schifffahrt Untersee und Rhein	391 000	378 000
2. Conny-Land, Lipperswil	323 000	320 000
3. Schweizerische Bodensee-Schifffahrt	131 000	201 000
4. Kantonale Museen	91 000	91 000
5. Rosen- und Kulturwochen, Bischofszell	55 000	65 000
6. Plättli-Zoo, Frauenfeld	45 000	38 000
7. Slow-Up Bodensee Schweiz *	80 000	30 000

* Zahl für 2007 beruht auf Schätzung

Quelle: Thurgau Tourismus

Leichter Anstieg der Logiernächte seit 2007



Quelle: Thurgau Tourismus

ANZEIGE

WANTED

- Waschmaschine
- Gewerbliche Bauart
- Mindestfüllgewicht 7 kg

Aktionsdauer - 1. Juni bis 31. August 2013

Gesucht wird!
Wir suchen die älteste Gewerbe-Waschmaschine der Schweiz.

Ihr Finderlohn!
Eine Waschmaschine der innovativen octopus 8 kg-Generation.

Registration unter
www.miele-professional.ch/wanted

Weitere Informationen
Telefon 056 417 27 51

Miele
PROFESSIONAL

Wir planen und fertigen Ihre komplette
HOTELEINRICHTUNG

BAUR
WOHNFAZINATION

Tel +49(0)7755-9393-0
www.baur-bwf.de

WEINKLIMASCHRÄNKE

Exklusivität
in Design
und Qualität.

EUROCAVE
In der Schweiz vertreten durch:
Klimawatt AG | Seestrasse 18 | 8802 Kilchberg
Telefon 044 716 55 41 | www.klimawatt.ch

Schon Mitglied?



Profitieren Sie jetzt von den Vorzügen einer Mitgliedschaft!

Als Hotelier erhalten Sie mit der Sternenklassifikation einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil. Sie punkten bei Ihren Gästen mit Transparenz, Vertrauen und Sicherheit. Das attraktive Leistungspaket für Mitglieder beinhaltet unter anderem exklusive Angebote unserer Preferred Partners und ein den Marktbedürfnissen angepasstes Aus- und Weiterbildungsprogramm.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.hotelleriesuisse.ch/mitgliedschaft



hotelleriesuisse – Kompetent.
Dynamisch. Herzlich.


hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Selbstbewusster Auftritt

Der Thurgau ist kein typischer Tourismuskanton. Die abtretende Geschäftsführerin von Thurgau Tourismus und ihr Nachfolger sagen, wie dies zu ändern ist.

ALEX GERTSCHEN

Rolf Müller, ab dem 1. Juli werden Sie Thurgau Tourismus leiten. Was für ein Tourismusland «übernehmen» Sie?
Rolf Müller: Sie liefern ein gutes Stichwort: Meiner Vorgängerin Monika Grünfelder kommt das Verdienst zu, mit vier Produktlinien den Thurgau touristisch klar positioniert zu haben: als «Aktivland», dann als «Seminarland», schliesslich auch als «Schlaraffenland» und als «Kulturland». So bietet Thurgau Tourismus den Leistungssträgern bei der Angebotsgestaltung eine Orientierungshilfe.

Bezüglich der Hotellerie stellte eine 2010 publizierte Analyse (vgl. Seite 14) aber fest, dass sich sehr viele Betriebe gerade nicht an der Tourismusstrategie ausrichteten und so nur marginal von der Marktbearbeitung durch Thurgau Tourismus profitierten.

Monika Grünfelder: Dieser Befund überraschte uns in der Tat. Offensichtlich bestand ein Kommunikationsdefizit. Nicht zuletzt aus diesem Grund haben wir im letzten Jahr die Fachstelle für Beherbergung geschaffen. Ihr Leiter, Tobias Ziegler, unterstützt die Betriebe bei Fragen zur strategischen Ausrichtung, bei der Angebotsgestaltung und der Qualitätsförderung.

Das Angebot ist Teil einer Vorwärtsstrategie: Thurgau Tourismus wird bis 2016 mit Kantons- und Bundesgeldern zur DMO ausgebaut. Dabei ist die touristische Entwicklung der letzten Jahre je nach Perspektive stagnierend oder stabil gewesen. Existiert das Potenzial, welches eine DMO rechtfertigt?

Grünfelder: Davon bin ich überzeugt. Insbesondere gilt es, den Sommer zu verlängern. Im April und Mai, wenn die



Stabsübergabe: Rolf Müller löst am 1. Juli Monika Grünfelder in der Geschäftsführung von Thurgau Tourismus ab.

Alex Gertschen

wunderschöne Landschaft in der Blüte steht, gibt es noch viel Luft nach oben. Im September und Oktober haben wir mit dem Seminargeschäft bereits eine gewisse Belegung erreicht. Zudem gilt es zu beachten, dass unsere Zahlen in einem schwierigen Umfeld stabil geblieben sind.

«Es gilt, den Sommer zu verlängern. April und Mai haben noch viel Potenzial.»

Monika Grünfelder
Bisherige Geschäftsführerin TGT

nicht nur. Mit ihr soll ein Zeichen gesetzt werden. Der Thurgau will gegen aussen selbstbewusster auftreten.

Grünfelder: Der DMO-Prozess ist ebenso sehr nach innen gerichtet. Wir wollen in Zusammenarbeit mit den Leistungssträgern mehr vermarktete Produkte schaffen.

Aber Hand aufs Herz: Ein Gast macht nicht im Thurgau, sondern am Bodensee Ferien.
Grünfelder: Der Bodensee ist zweifelsohne unser USP. Zu seiner Vermarktung arbeiten wir mit Partnern zusammen, etwa der Internationalen

Bodensee Tourismus GmbH (IBT), St. Gallen-Bodensee (SGBT) und Schaffhauserland Tourismus. In Zusammenarbeit mit ihnen wollen wir die Bodensee-Region zum Beispiel als Wiege der europäischen Gartenbaukultur oder als Weinanbaugebiet vermarkten.

Müller: In den vergangenen Monaten, in denen ich mich in meine neuen Aufgaben eingearbeitet habe, bin ich – offen gestanden – positiv überrascht worden von der intensiven Kooperation. Im Rahmen der IBT möchten wir zum Beispiel auch unsere Weihnachtsmärkte besser vermarkten.

Welche übergeordneten Ziele haben Sie sich für Ihre neue Aufgabe gesetzt?

Müller: Viele Dinge sind bei Thurgau Tourismus sehr gut aufgegleist. An mir wird es liegen, die DMO-Strategie auch umzusetzen. Ich will die Menschen begeistern, sie von den touristischen Möglichkeiten des Kantons überzeugen. Die Beherbergungsförderung ist mir besonders wichtig, weil die Hotellerie die natürliche Antriebskraft des Tourismus ist.

Grünfelder: Wir sind kein Tourismuskanton per se. Doch immerhin ist die Branche für rund 5 Prozent der kantonalen Wertschöpfung verantwortlich. Vielerorts gilt es, erst noch das Bewusstsein für die Bedeutung des Tourismus zu schaffen. Der Kanton hat mit der Unterstützung des DMO-Prozesses ein wichtiges Zeichen gesetzt.

«Ich will die Leute von den touristischen Möglichkeiten des Kantons überzeugen.»

Rolf Müller
Künftiger Geschäftsführer TGT

Einheimischer darf ich mir die Bemerkung erlauben (lacht): Es ist tatsächlich eine Herausforderung! Der Thurgauer ist ein geerdeter, bodenständiger Typ. Hinzu kommt, dass jene, die ohnehin dynamische, innovative Betriebe haben, auch jene sind, die bei uns mitmachen. Die Schwierigkeit ist, die anderen zu erreichen.

Wie wollen Sie dies schaffen?
Müller: Indem wir Erfolgsbeispiele schaffen, die die anderen zum Nachziehen motivieren.

Dies wird einige Zeit in Anspruch nehmen.
Müller: Wir sind tatsächlich

noch einige Jahre von der Ernte entfernt. Zuerst gilt es zu säen.

Monika Grünfelder, Sie haben bereits viel gesät und dafür allenthalben Lob erhalten. Wieso gehen Sie vor der Erntezeit?

Grünfelder: Dies ist nicht ganz korrekt. Während den sechseinhalb Jahren als Geschäftsleiterin von Thurgau Tourismus habe ich einiges ernten können. Die Zeit hat mir sehr gefallen und viel gegeben. Aber die berufliche Selbstständigkeit ist ein Wunsch, den ich seit Langem hege und nun umsetzen werde.

Was werden Sie tun?

Grünfelder: Ich werde im Kanton St. Gallen als Beraterin arbeiten, Coaching und Workshops anbieten. Zu Beginn werde ich mich auf den Tourismus konzentrieren, doch letztlich möchte ich branchenübergreifend arbeiten.

Gehen Sie mit der Wehmut, ein bestimmtes Ziel nicht erreicht zu haben?

Grünfelder: Ich habe es nicht geschafft, dem Apfel eine konkrete Heimat zu geben, also im Kanton einen Ort zu gestalten, zu dem die Menschen gerne und mehrmals reisen möchten, damit sie den Apfel in all seinen Facetten erleben können. Sei es während eines

Tages oder nur einiger Stunden. Solche Projekte sind angedacht. Ihre Umsetzung wird aber wohl noch etwas dauern.

Wie steht es mit der Erschliessung neuer Quellmärkte?

Grünfelder: Am eben abgehaltenen Swiss Travel Mart in Bern bin ich von Reiseveranstaltern aus Indonesien, Japan, Malaysia und China angesprochen worden. Sie sind auf der Suche nach etwas Neuem, auch mehrtägigen Angeboten in der Schweiz. Ich bin überzeugt, dass wir gerade als Bestandteil des Vierländerecks bei den Asiaten Potenzial haben.

Liechtenstein macht auch mit?

Grünfelder: Ja, das Land ist doch schön, und seine Kleinheit macht es für Asiaten aussergewöhnlich. Das passt schon.

Müller: Gerade bezüglich der neuen Märkte setze ich grosse Hoffnungen in die Zusammenarbeit im Rahmen von Ostschweiz Tourismus. Frank Bumann von SGBT wird hier den Lead bei der gemeinsamen Marktbearbeitung übernehmen, er kann auf ein wertvolles Netzwerk zurückgreifen.

Für welche Aufgabe ist Thurgau Tourismus zuständig?

Grünfelder: Für den Quellmarkt Deutschland. Das Toggenburg bearbeitet den Winter, das Heidiland den Sommer und SGBT neben den neuen Märkten das MICEGeschäft. Diese 2010 eingeführte Aufgabenteilung hat sich bewährt. Wir wissen, dass wir nur zusammen die notwendige Schlagkraft haben.

Ein Hotelfachmann für die Leitung von Thurgau Tourismus

Am 1. Juli wird Rolf Müller die Geschäftsführung von Thurgau Tourismus übernehmen. Der 44-Jährige bringt aus der Hotellerie viel Erfahrung mit: Er war Vizedirektor des «Feldbach» in Steckborn (1996–1999) sowie Direktor des «Schiff» in Mannenbach (1999–2002) und des «Metropol» in Arbon (2002–2011). Von 2007 bis 2013 führte er auch das Hotel Säntispark in Abtwil. Müller präsidierte den Hoteliereigenen Thurgau (2000–2009) und ist seit 2009 Vorstandsmitglied bei Hotellerie Ostschweiz.

Müller folgt auf die 39-jährige Monika Grünfelder. Die St. Gallerin macht sich nach sechseinhalb Jahren als Geschäftsführerin von Thurgau Tourismus selbstständig. axg

Fortsetzung von Seite 11

Im Garten des «Adler» speisen Marie-Anne und Andy Hostettler mit zwei ihrer Kinder unter Bäumen, die sich im Winde wiegen. Der «Ermatingerhof», den sie vor gut drei Jahren gekauft haben, liegt einen Steinwurf entfernt. Die Ergänzung ist perfekt: Dank der Kooperation mit dem «Adler», einem der ältesten Gasthäuser der Schweiz, können sie sich auf Zimmer mit Frühstück beschränken.

Die Hostettlers sind Neu-Hoteliers. Vor dem Kauf des «Ermatingerhofs» hatte Marie-Anne in Zürich im Verlagswesen gearbeitet. Andy hat seine Werbeagentur von der Limmatstadt unter das Giebeldach des schmucken Hotels

aus der Belle Epoque gezügelt. Sie haben sich mit dem «Ermatingerhof» einen alten Traum verwirklicht, ob ihrer Begeisterung aber nicht das Kalkül verloren.

Die Vision von Ermatingen als dem Fischerdorf der Schweiz

Mit günstigen Angeboten kurbelten sie in den ersten Saisons die Nachfrage an. Gut 70 Prozent betrug dadurch die Auslastung. Nun erhöhen sie die Preise auf ein nachhaltiges Niveau. Auszeichnungen der Buchungsportale Holidaycheck und Tripadvisor stiften Zuversicht, dass die Qualität entsprechend ist.

Das Objekt hatte beim Kauf nicht alleine den Ausschlag gegeben. «Wir sind überzeugt, dass

Ermatingen noch viel Potenzial hat», sagt Andy Hostettler. Die Aussage ist Lob und Tadel zugleich. Vor wenigen Wochen haben sich auf die Initiative Hostettlers und einiger Verbündeter hin erstmals seit geraumer Zeit alle tourismusinteressierten Kreise an einen Tisch gesetzt. Das Ziel: Ermatingen soll als das Fischerdorf der Schweiz positioniert werden.

Als Markenzeichen bietet sich die Gruppe an. Der Fisch gibt der traditionsreichen Ermatinger Fasnacht den Namen, und auch als ausgewiesene schlechte Schwimmerin erregt die Gruppe Aufmerksamkeit. Die Gastronomie, von den Produkten der lokalen Fischer und Winzer oder der Hüppelmanufaktur Gottlieb erge-

spreit, vermag die Gruppe hingegen nicht zu bereichern.

Laut Marie-Anne Hostettler ist wichtig, dass die Ermatinger vermehrt den Blick nach aussen, auf den Markt richten, um sich ihrer Chancen bewusst zu werden. Auch diesbezüglich bietet das Dorf das Spiegelbild eines Kantons, der sich bisher nicht über den Tourismus definiert hat (vgl. Interview oben).

Bis der erhoffte Aufschwung kommt, wird gemischt gerechnet

Weil bis zum erhofften Aufschwung einige Zeit vergehen wird, die Rechnungen aber heute bezahlt werden müssen, rechnen die Hostettlers gemischt. Andy Werbeagentur zahlt Miete für das

Büro und Seminare. Sind die Hotelangestellten unbeschäftigt, verpacken sie Messer zum Versand, deren Zacken schweizerische Bergsilhouetten abbilden und deren Verkauf die Hotelrendite um einige Prozent steigert.

Von Mischrechnungen berichtet auch Rolf Meier: Er verkauft seine Fische vorwiegend dem Restaurant Seegarten in Ermatingen, das seine Ehefrau und seine Schwägerin führen. Und vielleicht werden dereinst die Gäste auf dem Boot entgegen seinen Erwartungen doch zur Einnahmequelle. Auf alle Fälle werden ihm die Stille und Weite der Morgen auf dem Untersee bleiben. Die bringen jede noch so schiefe Kosten-Nutzen-Rechnung wieder ins Lot.

ANZEIGE

Geringes Interesse an Hilfe

Der Kanton Thurgau will der grossenteils strukturschwachen Hotellerie unter die Arme greifen. Die Hilfe scheint sich zu lohnen, stösst zum Teil aber auch auf Argwohn.

ALEX GERTSCHEN

Letzte Woche ist die Baubewilligung bei den Juckers eingetroffen. In einem Monat werden sie mit dem Umbau ihres Gasthofs Linde in Tägerwil beginnen, um diesen im Mai 2014 in neuem Gewand zu eröffnen. Für 3 Millionen Franken werden die 12 Zimmer durch 16 neue ersetzt, zwei Seminarräume, eine Lounge und ein Fumoir gebaut. Nicht nur die Juckers hoffen, dass das Projekt von Erfolg gekrönt sein wird. Auch bei den Behörden wird man mitfeiern. Die «Linde» soll den vielen anderen Gasthöfen zum Beleg dafür werden, dass die Thurgauer Beherbergungsbetriebe zukunftsfähig sind – und die kantonale Förderung tatsächlich greift.

Im Jahr 2010 hatten Experten im Auftrag des Kantons eine Studie durchgeführt. Das Fazit war niederschmetternd: Fast zwei

Drittel der Hotelbetriebe wiesen Verluste aus, und weniger als die Hälfte verfügte über das Finanzierungspotenzial, um den Betrieb flott zu machen. «Die Mehrheit waren – und sind – Beizen mit angehängten Zimmern, wie man sie oft in ländlichen Gebieten findet», sagt Christian Laesser, Professor an der Universität St. Gallen und Mitautor der Potenzialanalyse.

Die Branche hat Vorbehalte gegenüber der Beratung

Um die festgestellten Defizite zu beheben, schuf Thurgau Tourismus (TGT) im letzten Herbst eine Fachstelle für Beherbergung. Ausgeübt wird das 50-Prozent-Pensum von Tobias Ziegler, der bis 2011 Vizedirektor des «Glockenhof» in Zürich gewesen ist und zurzeit auch an einem Executive MBA arbeitet.

Die seitherige Zeit hat Ziegler damit verbracht, Betriebe zu besuchen und Vertrauen aufzubauen. «Es gibt in der Hotellerie generell gewisse Vorbehalte gegen Berater», hat Ziegler bemerkt. Seine grösste Herausforderung liege zurzeit darin, an die Betreiber «heranzukommen». Nur im offenen Gespräch könnten Probleme gelöst werden.

Die 44-jährige Karin Jucker von der «Linde» in Tägerwil ist eine der Ausnahmen, die die Regel bestätigen. «Unsere Zimmer sind einfach unzeitgemäss. Zum Beispiel hab sie alle die Toilette auf der Etage», sagt sie unumwunden. Hätten sie und ihr Ehemann Tho-



Das Kloster Fischingen ist einer der wenigen Hotelbetriebe, die die Hilfe von Kanton und Thurgau Tourismus angenommen haben. zvg

mas nicht den «Schritt nach vorn» gewagt, hätten sie den Betrieb wohl verkauft, erklärt sie.

Thurgau mit Fachstelle «Vorreiter» in der Ostschweiz

Obwohl die Einsicht da war, dass Handeln nottat, bedurfte es eines Impulses von aussen. Die «Linde» war einer von nur 20 Be-

trieben gewesen, die 2010 ihre Bücher für die Potenzialanalyse geöffnet hatten. Dem festgestellten Investitionsstau gingen die Juckers mithilfe eines Beraters auf die Spur. Die Kosten von 15 000 Franken wurden zu zwei Dritteln vom Kanton übernommen.

Nachdem die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit eine Anfrage abschliessend beurteilt hatte, konnte die BGOST (bis 2012 die Ostschweizerische Bürgerschafts- und Treuhandgenossenschaft) für die Bürgerschaft eines Kredits der Raiffeisen gewonnen werden. Im Umgang mit den Bau- und anderen

Behörden wiederum konnten die Juckers auf die Hilfe von Monika Grünenfelder, der Geschäftsführerin von TGT, zählen. Mit Tobias Ziegler will Karin Jucker demnächst über den Marketing-Mix und mögliche Kooperationen mit TGT sprechen.

Das Beispiel zeigt, wie sehr gerade kleine Betriebe von externer Hilfe profitieren können. Urs Majer, der Präsident von Hotellerie Ostschweiz, begrüsst deshalb die Fachstelle bei TGT und bezeich-

net den Thurgau als «Vorreiter» in der Region. Doch noch weckt das Angebot geringes Interesse. Laut Ziegler hat sich neben der «Linde» bloss das Kloster Fischingen einen Businessplan teilfinanzieren lassen. Zwei weitere Betriebe befänden sich zurzeit in einer Analyse, und nochmals zwei weitere erwägen diesen Schritt. Ziegler hofft, dass sich mit solchen Massnahmen das «Mittelfeld» fördern lässt, das in der hiesigen Hotellerie zwischen gut 20 relativ innovativen und erfolgreicher Betrieben sowie dem grossen Rest nur schwach besetzt ist.

«Ich bin darauf angewiesen, dass die Hotelbetriebe über Probleme offen sprechen.»

Tobias Ziegler
Leiter Fachstelle Beherbergung, TGT



Tobias Ziegler

ANZEIGE

ZUFRIEDENHEIT KANN MAN BESTELLEN.

PUNKT FÜR DICH

Der Strukturwandel hat in der Thurgauer Hotellerie noch nicht voll eingesetzt

	Schweiz			Thurgau		
	2007	2012	%	2007	2012	%
Betriebe	5635	5257	-7%	134	135	1%
Zimmer	141 596	140 372	-1%	1981	2174	10%
Ankünfte	15,6 Mio.	16,3 Mio.	4%	194 199	194 954	0%
Logiernächte	36,4 Mio.	34,8 Mio.	-4%	397 317	413 369	4%
Bettenauslastung	36,9%	35,0%		30,9%	29,5%	

Während in der Schweiz die Anzahl Hotelbetriebe seit 2007 beträchtlich abgenommen hat, ist sie im Thurgau im gleichen Zeitraum leicht gestiegen. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass im Thurgau Gasthöfe verbreitet sind, in denen defizitäre Beherbergungsangebote durch die dominierende Gastronomie quersubventioniert werden können.

Quelle: Bundesamt für Statistik

Selbstkritische Ostschweizer

An der Mitgliederversammlung von hotellerieuisse ostschweiz haben kritische Voten überwogen. Der Thurgau hat für einen Lichtblick gesorgt.

Im Märchenhotel Braunwald hat letzte Woche die 5. Mitgliederversammlung von hotellerieuisse ostschweiz stattgefunden. Die Entwicklung der Logiernächte leistete einer kritischen Bestandsaufnahme Vorschub: Von den neun Tourismusregionen und Destinationen hatten 2012 sieben einen Rückgang verzeichnet. Einzig Heililand Tourismus (plus 2 Prozent) und der Thurgau (plus 1,5 Prozent) hatten ihre Zahlen verbessern können.

Frank Bumann, Direktor von St. Gallen-Bodensee Tourismus und Vorsitzender der regionalen Destinationsleiter, wollte die Teilnehmer mit zehn provokativen Thesen wachrütteln. Unter anderem stellte er fest, dass die Ostschweiz die Internationalisierung verpasst und deshalb einen weit unterdurchschnittlichen ausländischen Anteil bei den Logiernächten habe.

Verpasste Internationalisierung der Kundschaft

Laut Bumann hat dieses Manko auch damit zu tun, dass die meisten der neun Destinationsmarken in der Schweiz zu schwach und im Ausland fast gar nicht positioniert seien. Weiter kritisierte er, dass die regionalen Funktionen der DMOs unterfinanziert seien und in der

Hotellerie sowie bei touristischen Attraktionen eine Investitionslücke bestehe.

Bloss: Die grosse Kontroverse blieb aus. «Bumann hat den Nagel auf den Kopf getroffen», sagte Urs Majer, Präsident von hotellerieuisse ostschweiz. Für Bumann wird die Feuerprobe ohnehin erst im Juli kommen: Dann wird er an einer Informationsveranstaltung regionalen Leistungsträgern erläutern, wie das Internationalisierungsdefizit wettzumachen ist.

Urs Majer seinerseits will 2014 mit einem externen Berater und den angeschlossenen Verbänden klären, wie sich die Hotellerie nach der Auflösung von Ostschweiz Tourismus und den Austritten von Rapperswil (zu Zürich) und Bad Ragaz (zu Graubünden) organisieren soll.

axg

Alles aus einer Hand

In Deutschland sind Gastronomie und Facility Management aus einer Hand die Zukunft. Schweizer Caterer tun sich mit einer Ausweitung des Geschäfts bislang noch schwer.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die drei führenden Caterer in Deutschland – Compass Group, Aramark und Sodexo – setzen schon lange auf die Zusatzkarte Facility Management (FM). Für die Compass Group sind infrastrukturelle Dienstleistungen neben dem Food Service das zweite grosse Standbein. Die Nummer 1 unter den deutschen Caterern offeriert alle nichtgastro-nomischen Leistungen von Reinigung über Logistik bis Personal-service mit einer eigenen Unternehmensgruppe: der Plural Servicepool GmbH. Hans-Ulrich Sachenbacher, Geschäftsführer Sales, Marketing und Business

Development von Compass Deutschland ist überzeugt, dass die Kombination von Catering und FM-Dienstleistung aus einer Hand die Zukunft ist. Neben Gebäudereinigung, Empfangs- und Sicherheitsdiensten würden zunehmend auch Maschinenpflege oder Werkslogistik ausgelagert. «Wir wollen den Geschäftsbereich in den kommenden Jahren kontinuierlich ausbauen.»

Bei Sodexo wird im Auftritt gar nicht mehr zwischen Catering und Facility Management unterschieden, unter den jeweiligen Units von Business bis Care findet der Kunde immer das gesamte Dienstleistungspaket. «Contract Catering ist im Gegensatz zum Eventcatering Teil des Gebäudemanagements», betont Stephan Dürholt, Direktor Kommunikation bei Sodexo in Deutschland. «Die Frage «Catering oder Facility Management?» existiert für Sodexo nicht.» Den Trend zur Bündelung im Outsourcing nützen aber auch klassische FM-Dienstleister: In Deutschland bietet ISS im Gegensatz zu ISS Schweiz auch Catering an.

Anders präsentiert sich das Bild in der Schweiz. Von den vier grossen Caterern führt nur die Compass Group Schweiz mit Eurest Services Facility Management im Portfolio. Trotzdem wird der Bereich nicht forciert. «Bis heute werden Catering und Facility Management getrennt vergeben und gemanagt», konstatiert CEO Hans Boesch. Grund sei der hohe Stellenwert der

Esskultur in der Schweiz, die Verpflegung für Mitarbeitende sei ein wichtiger Part für das Unternehmensklima. Nur bei internationalen Grosskonzernen registriert Boesch eine Entwicklung zu «Single Sourcing» (alles aus einer Hand).

Allgemein eine solche Tendenz stellt Andreas Hunziker, CEO der ZFV-Unternehmungen, fest: «In den letzten Jahren hat die Nachfrage nach kombinierten Leistungen angezogen.» Eine bedürfnisgerechte Erweiterung der Geschäftsaktivitäten werde deshalb diskutiert.

Kein Marktbedürfnis dagegen ortet man bei der SV-Group. Für den grössten Schweizer Caterer ist

«Die Nachfrage nach kombinierten Leistungen hat angezogen.»

Andreas Hunziker
CEO ZFV-Unternehmungen



Bei Sodexo wird zwischen Catering und Facility Management nicht mehr unterschieden. ZVG

Zuschlag Compass machte das Rennen um den Campus Bern-Liebefeld

Den Zuschlag für die Mitarbeiterverpflegung auf dem neuen Campus Areal Liebefeld holte sich die Compass Group Schweiz. Auf dem Areal sind aktuell drei Bundesämter (BAG, BVET, ALP) einquartiert, ein viertes stösst 2015 dazu. Alle vier grossen Caterer beteiligten sich am Ausschreibungsverfahren, welches zum ersten Mal die Meinung der Gäste berücksichtigte: 211 Mitarbei-

ter assen sechs Wochen bei den Caterern probe und gaben dann ihr Voting ab. Compass erhielt bei der Kundenfreundlichkeit die höchste Bewertung. Eignungskriterium Nr.1 waren jedoch die Standards für gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie. Compass rechnet auf dem Campus mit 1000 Essen pro Tag, dazu kommt der Konferenzbereich. Der Betrieb startet Anfang 2015. gsg

ANZEIGE

Wenn

DER GAST

ein Restaurant weiterempfiehlt, dann

IST

der Wirt

KÖNIG

Testen Sie das Empfehlungs- und Reservations-System Foratable 3 Monate gratis:

- Automatische Weiterempfehlungen
- Über 30 Medien- und Tourismus-Partner
- Reservationsannahme per Telefon
- Gäste-Feedbacks

JETZT kostenlos 3 Monate testen:
www.foratable.info/mehrgaeste

office@lunchgate.com Telefon +41 43 501 00 47

lunchgate forAtable

Diese Medien- und Tourismus-Partner bringen Ihnen neue Gäste

Tourismus

«Jazz Ascona» setzt auf Gratis-Eintritte und Konzerte

Vom 21. bis 29. Juni lädt «Jazz Ascona» zu rund 160 Konzerten an den Lago Maggiore – mit einem neuen Konzept: Die 29. Ausgabe des Festivals setzt neu auf Gratiskonzerte an den Wochentagen, um die lokale Bevölkerung verstärkt anzusprechen, und auf die «Ascona Specials» mit exklusiven Konzerten. Damit erhofft man sich einen Aufschwung für den Tourismus wie auch für das Festival, welches unter Besucherrückgang leidet. Im vergangenen Jahr wurden 60 000 Eintritte registriert, rund 15 Prozent weniger als im Vorjahr.

Gold schürfen im Reka-Ferendorf Disentis



Seit 13. Juni ist er in Betrieb: der neue **Goldpark** im Reka-Ferendorf in Disentis. Im Feriendorf in der Surselva entstand ein Abenteuerspielplatz in Form einer kleinen Goldgräberstadt inklusive Goldwaschanlage, diversen Häusern, einer Theaterbühne sowie einem Kleinkinderbereich. Um ihr Angebot weiterhin attraktiv und abwechslungsreich zu halten, inszeniert Reka ihre Feriendorfer. Auf Pany im Prättigau vor einem Jahr und heuer nun Disentis wird 2014 das Reka-Ferendorf Montafauon folgen.

Bad Ragaz: neues Saunahaus für September geplant

Das öffentliche Thermalheilbad Tamina Therme in Bad Ragaz baut sein Sauna-Angebot durch den Bau eines Saunahauses mit 60 Plätzen aus. Der Spatenstich zur «Sauna Nera» erfolgte Ende Mai, die Bauarbeiten haben bereits begonnen, die Eröffnung ist für September 2013 geplant, zumal die «Tamina Therme» im Oktober Austragungsort der 1. Schweizer Saunameisterschaft ist. Zum Bauteilschritt führten Innovation, wachsende Saunakompetenz und steigende Besucherzahlen. Die Investitionssumme beläuft sich auf 700 000 Franken.

Hotellerie

Boxtraining für Gäste im Kulm Hotel St. Moritz



Im **Kulm Hotel St. Moritz** können sich Gäste neu mit einer Kombination aus klassischem Fitnessboxen und professionellen Boxtechniken in Form bringen. Basierend auf einer Analyse der individuellen Stärken und Schwächen erstellt der Fitnesstrainer und Spamanager des Hauses, Joachim «Jopo» Pötschger, massgeschneiderte Personal-Training-Einheiten. Auf dem Programm stehen Atemtechnik, korrekte Handführung und Beinarbeit beim Sparring. Ein privates 25-minütiges Boxtraining kostet 80 Franken. fee



Der Name ist Programm: Ob Salat oder Sandwich, alles kostet «en Schnägg», also fünf Franken.

Gesunder Genuss für einen Fünfliber

Das besondere Konzept Frisch, schnell, günstig, fein: «Schnägg» bietet frischen, gesunden Convenience-Food an gut frequentierten Standorten und oftmals auch an Events.

FRANZISKA EGELI

Ihre Idee, wonach mobile Verkaufsstände frische und gesunde Convenience-Produkte direkt zu ihren hungrigen Kunden in und um Zürich bringen, muss neu überdenkt werden. Zu kompliziert sei es zuweilen, Bewilligungen an stark frequentierten Orten zu erhalten, erzählt Martin Kellermann. «Mobile Standorte, das ist ein hartes Stück Arbeit», hat er erfahren. Kellermann ist Inhaber der Kellermann-Gruppe mit Sitz in Ellikon an der Thur ZH, einem Familienunterneh-

men, das einen grossen Gemüseanbaubetrieb betreibt. Und er ist Mitinitiator und Hauptlieferant des Gastro-Konzepts Schnägg, das letzten August gegründet wurde.

Die Zutaten stammen mehr oder weniger direkt vom Feld

Das Gastro-Konzept setzt auf Schnellverpflegung ganz nach dem Motto «Frisch, schnell, günstig, fein». Im Angebot sind diverse Salate (Caesar, Tomaten-Mozzarella, Linsen, Waldorf, Thurgauer-Apfel), Sandwiches (Eier, Coleslaw, Mango-Spinat, Frischkäse, Papaya-Tofu, Gorgonzola-Birnen, Humus, Thon) sowie Gemüse-Dips, Quiches, des Sommers Birchermüesli und des Winters Suppen – und all dies gibts pro Portion «für en Schnägg», also fünf Franken.

Die Zutaten stammen grösstenteils von der auf Convenience-Salate und Gemüse-Produkte spezialisierten Firma Kellermann selber, die Salate kommen knackig frisch vom Feld, die Tomaten aus dem eigenen Anbau. Produziert



Frischer gehts nicht: Die «Schnägg»-Salate kommen direkt vom Feld und werden betriebsintern gerüstet und zubereitet.



Mitinitiator und Hauptlieferant: Martin Kellermann.

wird ebenfalls im firmeneigenen Verarbeitungsbetrieb. Mit Ausnahme des Thon-Sandwiches sind alle Speisen vegetarisch, wenn nicht gar vegan. Und nicht nur beim Anbau und in der Produktion wird Ökologie gross geschrieben, auch die Verpackung der «Schnägg»-Produkte besteht aus recycelbarem Karton.

Statt auf mobile setzen sie nun vermehrt auf fixe Standorte

«Wir beliefern vor allem Grossverteilern und Gastrobetriebe. Mit diesem Food-Konzept wollten wir näher zu unserer Kundschaft, zum Endverbraucher kommen», erzählt Kellermann, der die Firma in dritter Generation leitet, über die Beweggründe, in die Schnellverpflegungsgastronomie

einzuweichen. So sei «Schnägg» kein Hauptumsatzträger, ergänze aber das Angebot des Familienunternehmens.

Und um auf das Standortproblem zurückzukommen: Kellermann hat den Vertrieb des jungen, kecken Unternehmens kurzerhand den Umständen angepasst. Von den zu Beginn fünf mobilen Standorten ist aktuell zwar nur noch einer, der bei der ETH Zürich, in Betrieb, und zwei neue sind in Verhandlung. Ansonsten aber «konzentrieren wir uns im Moment stärker auf fixe Standorte». Zwei sogenannten «Schnägg-Shops» sind bereits in Betrieb, so am Hauptbahnhof Zürich beim Gleis 18 sowie im Bahnhof Zug beim Ausgang Metall. In Verhandlung ist man mit

Luzern, und bis Ende Jahr sind weitere Standorte in der Deutschschweiz geplant. Aber auch in Sachen Mobilität bleiben sie flexibel: «Unsere Verkaufswagen kommen nun halt vermehrt an Events zum Einsatz.» Nicht nur am «Züri Fäscht», auch am Openair St. Gallen sowie dem Openair Frauenfeld werden sie vor Ort sein und die Klientel mit frischem, gesundem Convenience-Food verköstigen. Denn: Das Echo auf und die Nachfrage nach den Fünfliber-Produkten sei mehr als positiv, freut sich Martin Kellermann. Das zeigen auch die zahlreichen Rückmeldungen und Reaktionen etwa auf Facebook, wo «Schnägg» überhaupt sehr aktiv und längst nahe bei den Kunden ist.

Starbucks brüht noch stärker im Büro

Das Pilotprojekt «Corner Café» in Schweizer Büros war für Starbucks erfolgreich: Jetzt wird das Konzept mit Partner Selecta in sechs weiteren Märkten lanciert.

SABRINA GLANZMANN

Die Starbucks Coffee Company dringt weiter in das Kundensegment «Büro» ein: Jüngst gab das Unternehmen bekannt, sein Kaffeekonzept

«Starbucks Corner Café» in den Märkten Niederlande, Frankreich, Finnland, Deutschland, Österreich und Dänemark definitiv einzuführen. Dieser Entscheid gründet laut Unternehmen darauf, dass die Pilotphase, die in der Schweiz im November 2012 startete (die htr hotel revue berichtete), erfolgreich abgeschlossen werden konnte.

Bis Ende Mai 2013 wurden 15 solche «Corner Cafés» installiert, wo die Büromitarbeitenden via Selbstbedienungsmaschinen des Vending-Spezialisten Selecta zu original Starbucks-Kaffee kommen. Laut Matt Sikes, Vizepräsi-

dent Starbucks Emea Business Development, hätten Starbucks und Selecta während der Pilotphase «tolles Feedback» erhalten. Der verwendete Kaffee entspreche der gleichen qualitativ hochwertigen 100% Fairtrade-Espresso-Röstung, die auch in den Starbucks-Stores verwendet wird – gemäss Matt Sikes einer der Gründe für die gute Resonanz seitens der Kunden.

Bei der Einstellung der Espresso-Maschinen werde darauf geachtet, dass man den Konsumenten «das gleiche Geschmackserlebnis» bieten könne wie in den Coffeehouses.



Starbucks baut sein «Corner-Café»-Konzept für Büros aus.

Insgesamt wurden in der Testphase 100 000 Getränke konsumiert, was einem Tagesschnitt von 100 Getränken pro Maschine entspreche. Die «Corner Cafés» in der Schweiz bleiben bestehen, und weitere Kunden seien bereits akquiriert worden.

Die Einführung der «Büro-Cafés» ist ein weiterer Schritt auf dem eingeschlagenen Weg des Unternehmens, neue respektive weitere Kundensegmente anzusprechen: In der Schweiz gaben zuletzt etwa die umgebauten Intercity-Züge als Starbucks-Cafés oder die Kaffeedrinks beim Retailer Migros zu reden.

Kolumne

Etwas zu viel Wasser



Sarah's

Sarah Quigley ist Schriftstellerin. Sie wuchs in Neuseeland auf, machte ihren Doktor der Literatur in Oxford und lebt jetzt in Berlin. Für die htr schreibt sie über die schönen Seiten des Lebens.

Ich unterhalte mich mit einem japanischen Freund über die Zeilen: «Wasser, Wasser überall / und kein einziger Tropfen zum Trinken». Er hat sie eben zum ersten Mal gehört, ich habe sie schon hundert Mal gehört, aber erklären musste ich sie noch nie. Die Zeilen stammen vom Gedicht von Coleridge, «Der alte Matrose». Ich erinnere mich an einen Kurs in englischer Literatur, der schon eine Weile zurückliegt. «Also, er ist mitten im Ozean und stirbt fast vor Durst, aber er kann doch kein Salzwasser trinken. Also sind die Zeilen eine Metapher für ...»
«Für den europäischen Sommer?» Haruki blickt in den Regen hinaus.

Ich kann ihm diese Idee nicht wirklich übel nehmen. Die letzten zwei Monate verbrachte er in England und erlebte den nassesten und kältesten Frühling seit 1962. Jetzt ist er in Deutschland, wo in diesem Mai 178 Prozent mehr Regen gefallen ist als letztes Jahr, Niedersachsen ist überflutet, und in den Medien wird der schlimmste Sommer seit über 100 Jahren vorhergesagt.

Haruki hat jedoch ein sonniges Gemüt und eine Vorliebe für Gartenrestaurants. Wir packen unsere Regenschirme, spazieren zu einem eher teuren Gasthaus in der Nähe des Reichstags, das bei Politikern und Schauspielern beliebt ist, und nehmen im Garten unter einem tropfenden Sonnendach Platz. Als die Kellnerin uns mitteilt, dass sie kein San Pellegrino mehr haben, zwinkert mir mein Freund zu: «Wasser, Wasser überall / und kein einziger Tropfen zum Trinken».

Warum fühlen wir uns nicht etwas familiärer mit dem nassen Zeug? Fast 66 Prozent unseres Körpers und 70 Prozent unseres Gehirns bestehen aus Wasser. 80 Prozent einer Ananas, 90 Prozent einer Tomate. Wir schwimmen, tauchen, duschen, baden und lassen uns in Thermalpools aufweichen. Aber wenn Wasser vom Himmel fällt, suchen wir Deckung.

Haruki und ich essen leicht aufgeweichte Nudeln und hoffen auf irgendwelche Berühmtheiten. Das Gerücht geht um, dass Brad Pitt kürzlich hier war und der Kellnerin ein Trinkgeld in der Grössenordnung einer Monatsmiete für eine durchschnittliche Berliner Wohnung gab. Wir sehen weder Brad noch Angelina, weder Merkel noch Obama, stecken aber bald mitten in einem privaten Drama, als eine in

Tränen aufgelöste Freundin anruft. Als wir bei ihr eintreffen, redet sie auf Hausbesitzer, Nachbarn und ein paar neugierige Passanten ein: «Ich bin bloss schnell einkaufen gegangen, und als ich zurückkam, strömte das Wasser die Treppe hinunter!»

Sie umklammert eine riesengrosse Flasche Evian, was im Augenblick etwas überflüssig erscheint. Aber Haruki erinnert mich flüsternd an den «alten Matrosen» und die Tatsache, dass man kaum das Seifenwasser einer kaputten Waschmaschine trinken kann, welches das ganze Gebäude von oben bis zum Keller überflutet hat. Sogar er, der doch den Tsunami überlebt hat, scheint überwältigt von der Menge Wasser, die eine deutsche Waschmaschine während eines normalen 40-Grad-Waschprogramms auslaufen lassen kann.

Wieder zu Hause nehme ich ein Bad, trockne meine Haare und sinniere darüber nach, wohin man reisen könnte, um garantiert sonnige Sommerferien geniessen zu können. Ich gehe in die Küche, um Kaffee zu machen, kehre ins Bad und in die Realität zurück und stelle fest, dass der Boden unter Wasser liegt. Die Röhren unter dem Bad sind offenbar der Ansicht, dass die Welt noch etwas mehr Wasser braucht.

Ich rufe die Freundin mit der kaputten Waschmaschine an. Ob sie wohl den Notfall-Installateur nicht mehr braucht und ihn gleich zu mir schicken könnte? Haruki tritt durch die Türe, er hat ein weiteres englisches Sprichwort gelernt: «Würde hier -Ein Unglück kommt selten allein- passen?» «Man könnte so sagen», seufze ich, wische wie verrückt, während der Regen draussen runterprasselt.

Deutsch von Renate Dubach. Das englische Original: www.htr.ch/sarah

Unsere Kolumnisten

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

Getränke

Tropenhaus Frutigen serviert eigenen Kaffee

Ab sofort können die Gäste des Restaurant «Oona» im Tropenhaus Frutigen den ersten «Swiss Single Estate Coffee» geniessen. Zur Premiere können höchstens 150 Espresso gebräut werden. Das knappe Kilogramm Arabica-Bohnen für den ersten Schweizer Kaffee lieferten die 30 Kaffeebäume im feuchtwarmen Tropenhaus; anschliessend wurden sie von Blasercafé weiterverarbeitet und geröstet. Eine Tasse kostet stolze 29 Franken – das aber nicht ohne Grund: 50% des Preises gehen an die Hilfsorganisation «Coffee Kids», sagt

Royale Drinks mit Italianità für laue Sommerabende

Pünktlich zur Sommersaison präsentiert Martini zwei neue Sparkling-Mix-Getränke in den Varianten «Royale Bianco» und «Royale Rosato». Die Kreationen beinhalten einen hohen Anteil an italienischen Weinen und sind mit natürlichen Aromen aus einer Mischung von 20 Kräutern verfeinert. Die «Royales» in 0,75-Liter-Flaschen sind für Gastronomie und bei allen gängigen Schweizer Grosshändlern ab sofort erhältlich. at



Mixideen unter: www.martini.com

EINFACH knuspriger & rentabler!



Ruckzuck auf dem Teller und fein gewürzt mit Rosmarin!

DIE NEUEN ROSMARIN-WAVES VON KADI

Sorgen Sie für Abwechslung auf dem Teller: knusprige Kartoffelscheiben, rustikal mit Schale und feinem Rosmarin. Dank SUPER-CRISP-Technologie von KADI nicht nur knuspriger, sondern auch rentabler. Sind schnell in der Fritteuse oder bei grossen Mengen im Combi-Steamer zubereitet.



Seit 1951 steht KADI als innovativer Produzent von Kühl- und Tiefkühlprodukten im Dienst der Schweizer Köche. Besuchen Sie uns auf www.kadi.ch. Wir haben die passende Beilage für Sie im Angebot!

Da hat sich einiges getan

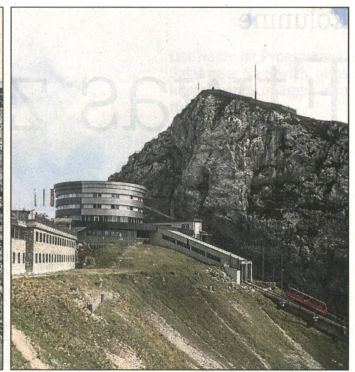
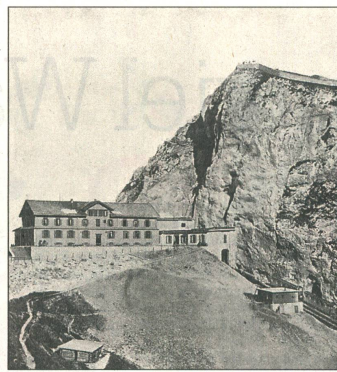
Über 100 Jahre nach der Veröffentlichung eines Bildbandes über touristische Sehenswürdigkeiten besucht Paul Honegger die selben Aufnahmeorte, um die Veränderungen im fotografischen Werk «Meine Reise durch die Schweiz – einst und jetzt» zu dokumentieren.

ANNA TSCHAGGELAR

Damals und heute auf einen Blick: Motiviert vom Bildband «Meine Reise durch die Schweiz», der 1896 im Verlag

Comptoir de Phototypie von Neuenburg zusammengetragen wurde, entschloss sich Paul Honegger, die Bildreise aus dem vorletzten Jahrhundert selber zu erleben.

Daraus entstand das Buch «Meine Reise durch die Schweiz – einst und jetzt». Zusammen mit textlichen Einleitungen des Architekturhistorikers Roland Flückiger



Der Berg ist geblieben aber die Bergstation der Pilatusbahn hat sich stark verändert.

Seiler über die historische Bedeutung der Sehenswürdigkeiten wurde ein Werk geschaffen,

das zum Nachdenken über die Entwicklungen in der Landschaft und den Siedlungen anregt.

sie ihm Zugang zu ihrem Privathaus, Garten oder Balkon gewährten, von wo aus er ohne Hindernisse fotografieren konnte.

Gegenüberstellung von identischen Momentaufnahmen

Das Konzept des neuen Bildbandes basiert auf der historischen Ausgabe aus dem Jahr 1896. Diese zeigt anhand von rund 800 Bildern und kurzen Textpassagen den Höhepunkt der damaligen touristischen Entwicklung in der Schweiz. Verschiedenste Fotografien stellten für dieses Album ihr Material zu den schönsten Landschaften zur Verfügung, insbesondere Aufnahmen in den Hochalpen, von Gletschern und Seen oder von touristischen Sehenswürdigkeiten in Schweizer Städten. Paul Honegger hat genau diese Schauplätze aufgesucht und sie in ihrem heutigen Zustand dokumentiert. Um den direkten Vergleich zu erleichtern, hat er die aktuellen Bilder aus dem gleichen Blickwinkel aufgenommen.

So findet man im neuen Bildband zwei Landschaftsaufnahmen von Pruntrut im Kanton Jura: Wo sich früher noch weite grüne Felder befanden, stehen heute bunte Wohnhäuser mit Gärten. Oder auch die Gegenüberstellung der Aufnahmen vom Zürcher Bahnhofplatz zeigt Erstaunliches: Wo einst Pferdekutschen verkehrten, herrscht heute ein hektisches Durcheinander von Trams, Autos und Passanten.

Meist konnte Paul Honegger ohne Mühe an den Ort der Bildmotive gelangen. Da und dort halfen ihm die Mitmenschen bei der Suche nach dem richtigen Standort für die Aufnahme, indem

Starke Veränderungen des Gesamtbildes

Einzelne Objekte, wie beispielsweise die alte Tonhalle in Zürich oder die Bergstation auf dem Monte Generoso, sind heute über-



haupt nicht mehr oder nur bruchstückhaft vorhanden. «Überbauungen und die Verwaldung haben unser Land enorm verändert», schreibt Paul Honegger. Bemerkenswert ist, dass nicht nur Bauten, sondern auch das Wachstum von Büschen und Bäumen das Gesamtbild von Städten und Bergzentren verändert hat. «Ich musste manchmal den Winter abwarten, um den Fotoausschnitt hinter dem Grünvorhang festhalten zu können», hält der Autor fest.

Paul Honegger, kommentiert von Roland Flückiger-Seiler, **Meine Reise durch die Schweiz – einst und heute**, hier und jetzt Verlag, 272 Seiten, über 600 Abbildungen, ISBN 978-3-03919-275-5, Fr. 89.–

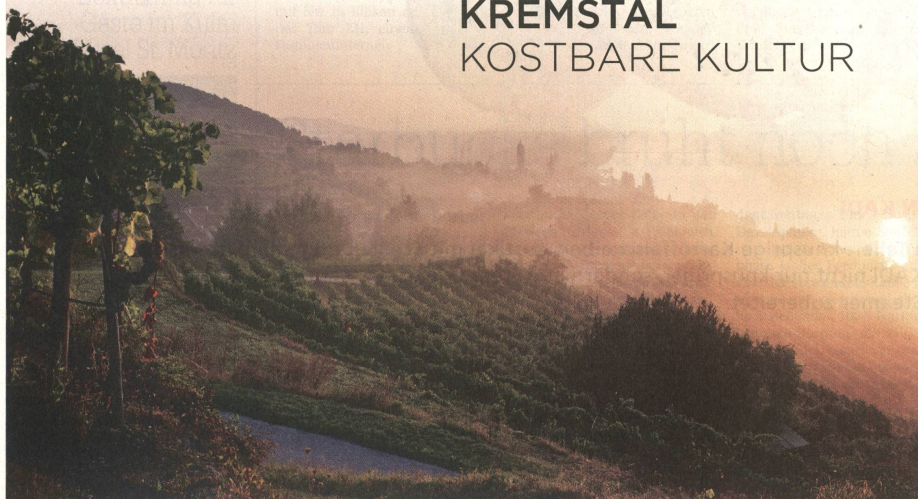
Das Buch ist online erhältlich auf: www.hotellerieuisse.ch/buchshop

ÖSTERREICH WEIN

Die Weinkultur rund um die historische Stadt Krems hat eine Jahrhunderte alte Tradition. Heute zählen Grüner Veltliner und Riesling als Kremstal DAC zu Österreichs grossen Weisswein-Klassikern. www.osterreichwein.at



KREMSTAL KOSTBARE KULTUR



impressum

htr hotel revue

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

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb, Franziska Egli/fee, Theres Lagler Berger/lt, Gudrun Schlenzcek/sdg

Praktikum: Anna Tschaggelar/at
Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg, Andrea Husistein/ah, Daniel Stein/sste
Korrektorat: Paul le Grand
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung), Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktion: Natalie-Pascale Allesch/thpa
Koordination: Daniel Stein

Verlag

Leitung: Barbara König
Assistent: Alain Hänni
Stelleninserate: Angela di Renzo Costa
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller, Michael Müller

hotellojob.ch: Denise Karam

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

Kontakte

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

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

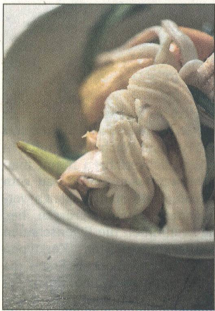
Ein Koch mit viel Würze

Der Australier David Thompson ist Thai-Koch mit Leib und Seele – aktuell gastiert er in Zürich. Ein Gespräch über seine Leidenschaft.

SABRINA GLANZMANN

David Thompson, Sie sind gerade für einige Tage als Gastkoch in Zürich. Was ist ein australischer Thai-Chef während eines Aufenthaltes in der Schweiz? Ein Schnittzel in der Kronenhalle – diese «cuisine bourgeoise» und die Bilder so grosser Künstler an den Wänden dort, darauf freue ich mich sehr. Ich kenne den Ort bereits von früheren Aufenthalten.

Sie selbst werden im Widder Hotel wohl alles andere als eine «cuisine bourgeoise» zeigen: Sie gelten als der Vertreter der modernen Thai-Küche schlechthin. Ach, eigentlich stimmt das so nicht, diesen Titel gibt mir die Presse gerne. Ich sehe mich im Gegenteil eher als Traditionalist. Ich experimentiere zum Beispiel nicht mit Stickstoff- oder Sous-Vide-Methoden, und



Thompsons stir-fried Tintenfisch mit Frühlingzwiebeln.

Ein Australier kocht Thai in Zürich: David Thompson zu Gast im «Widder»

In Australien geboren und zum Koch ausgebildet, gelang David Thompson vor fast 30 Jahren zur Thai-Küche: 1986 lernte er in Bangkok eine ältere Frau kennen, die ihm ihr umfangreiches Wissen über die traditionelle Landesküche weitergab. «Das veränderte mein Verständnis von Küche komplett» so Thompson. 1991 eröffnete er in Sydney das mehrfach ausgezeichnete Restaurant Darley Street Thai, 1995 gleichorts das «Sailors Thai», bevor er 2001 mit dem «Nahm» nach London expandierte und sich dort als erster Thai-Chef weltweit einen Michelin-Stern erkaufte. 2010 eröffnete er im «The Metropolitan Hotel by Comos» in Bangkok das zweite «Nahm»-Lokal. Dieses rangiert in der aktuellen «The 50 World's

mein vielleicht ausgefallenstes Utensil ist eine Spritzpistole.

... dann gibt's in Zürich also keine gefriergetrockneten Thai-Auberginen? Nein (lacht), eine Avantgarde-Küche in diesem Sinne werden Sie bei mir nicht finden.

Sondern?

Ich bin altmodisch, ich will, dass das Essen nach Essen schmeckt und dass man erkennt, aus welchen Zutaten ein Gericht besteht. Dafür schneide ich eben einfach Ingwer in Scheiben, zupfe Basilikum, drücke Kokosnussmilch von Hand aus. Vielleicht bin ich aber ein Modernist in dem Sinne, weil ich die Vielfalt und Komplexität von Thai-Food bekannter gemacht habe, auch in meinen Kochbüchern.

Was meinen Sie mit «Komplexität»?

Nun, selbst das beste westliche Essen besteht in der Regel aus einer Destillation von vielleicht zwei, maximal drei Aromen, die zusammen etwas Köstliches kreieren und in sich schlüssig sind. Gute, authentische Thai-Küche ist das pure Gegenteil davon. Thailandische Gerichte haben bis zu 20 Zutaten – meist intensive wie Knoblauch, Chili oder Shrimp-Paste, die zusammenarbeiten und am Ende harmonieren müssen. Das wird oft unterschätzt und ist fürchterlich komplex. Daran zu arbeiten, mit qualitativ hochstehenden und originalen Produkten, das interessiert mich.

Dieser konsequente Authentizitäts-Anspruch brachte Ihnen den Ruf des besten Thai-Chefs ausserhalb Thailands, wurde Ihnen aber jüngst zum Verhängnis: Ende 2012 schlossen Sie das beliebte «Nahm»-Lokal in London, weil Sie wegen EU-Importbeschränkungen nicht mehr an das Gros der Produkte aus Thailand gelangen.

Ja, das war eine harte, aber die einzig richtige Entscheidung. Sehen Sie, wir verloren in den



Spitzenkoch David Thompson: «Die Thai-Küche ist äusserst komplex, das interessiert mich.» Bilder: zvg

letzten «Nahm»-Betriebsjahren in London einen Anteil von 70 Prozent an Originalzutaten, es war durch die strengen Importbestimmungen schier unmöglich geworden, seriös zu arbeiten. Thai-Basilikum aus Israel? Natürlich kann man damit arbeiten, aber nicht, wenn man unseren hohen Anspruch hat. Es ist wie beim Wein: Es geht immer ums Terroir, es macht das Produkt letztlich zu dem, was es ist. Sie können sich noch so anstrengen, authentisch zu kochen, egal, wie gut die Produkte sind – wenn Sie nicht original sind, werden die Gerichte immer anders schmecken.

Hinter diesen Import- und Verfügbarkeitsproblemen wird

auch der Grund geortet, warum Sie 2011 Ihren Michelin-Stern verloren.

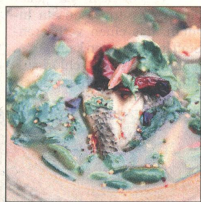
Das ist ein schwieriges Thema ja. Wird man mit Sternen geehrt, ist das ein wunderbares Gefühl, eine grosse Anerkennung für seine Arbeit. Wenn man Sterne verliert, ist das emotional aber viel stärker, als wenn man einen bekommt. Das tat weh. Aber letztlich hängt es von vielen Faktoren ab, wann, wie und weshalb man in der internationalen Spitzenküche welche Auszeichnung erhält. Was wir tun müssen, ist gut arbeiten, der Rest kommt, wie er kommt.

... für Ihr zweites «Nahm» in Bangkok kam es jüngst gut: Es ist zum zweiten Mal in der

Liste der «World's 50 Best Restaurants» dabei, auf Platz 32, bei der Asia-Variante sogar auf Platz 3. Eine Genugtuung? Ja, und macht uns sehr stolz. Aber schauen wir mal, vielleicht sieht es nächstes Jahr von der Rangierung her wieder komplett anders aus, und dann fragen mich die Medienleute, wie es dazu kam (lacht). Das hoffe ich aber natürlich nicht.

Was steht als Nächstes auf dem Plan?

Wir eröffnen in Singapur bald ein «Thai-Street-Food»-Konzept, und ein neues Kochbuch ist auch in Planung. Und ich bin in Gesprächen mit möglichen Produktions- und Retailpartnern für eine Produkte-Linie.



Das Rezept
Scharf-saure Fischsuppe mit Austernpilzen (Tom Yam Pla Sai Het)

«Scharf-saure Suppen gehören zu den beliebtesten Thai-Gerichten – zu Recht. Sie sind simpel und lassen sich beliebig variieren.» (David Thompson)

Zutaten:
(für eine Servierschüssel)
6 Tassen Gemüsefond
1 Prise Salz, 1 Prise Zucker
1 grosse Tomate, entkernt und grob gehackt
3 Stängel Zitronengras, gewaschen und geschnitten
2 geschälte Schalotten
2 Korianderwurzeln, gewaschen
2 – 5 grüne thailändische «Bird's-Eye»-Chili-Schoten
1 Tasse Austernpilze, gewaschen und geschnitten
1 Snapper, gereinigt, entschuppt

3 TL Limettensaft
2 TL Fischsauce
3 – 10 zerquetschte thailändische «Bird's-Eye»-Chili-Schoten
Ein paar geröstete, kleine getrocknete Chillies (optional)
1 Prise geröstetes Chilipulver
Grossblättriger Koriander, geschnitten
Korianderblätter zur Dekoration

Zubereitung:
Den Fond zum Kochen bringen, mit Salz und Zucker würzen, die Tomate hinzufügen. Für einige Minuten köcheln lassen, bis die Tomate beginnt, sich aufzulösen.

In der Zwischenzeit das Zitronengras, die Schalotten, die Korianderwurzel und die Chillies in einem Mörser zerstoßen und zum Fond geben. Den Fisch dazugeben und garen. Die Pilze zerreißen und eine Minute mitköcheln lassen, bis sie weich sind.

In der Servierschüssel den Limettensaft und die Fischsauce vermengen, die Chillies und den Koriander begeben. Die Suppe einfüllen und gründlich umrühren. Die Suppe sollte scharf, salzig und sauer schmecken.

Nach Bedarf und Belieben abschmecken.

Gastronomie

Motion verlangt Gastro-Betrieb auf dem Münsterplatz

Auf dem Berner Münsterplatz liegt viel Potenzial brach, findet Michael Köppli (GLP) und verlangt in einer Motion, den Münsterplatz mit Gastronomiebetrieben aufzuwerten, wie die «Berner Zeitung BZ» schreibt. Bei der Berner Stadtregierung stösst die GLP-Motion zumindest teilweise auf offene Ohren: Sie prüft, ob eine Teilfläche des Platzes «zum Zwecke der Aussenbestuhlung ausgeschieden werden kann». Der parlamentarische Vorstoss wird gemäss «BZ» von Bern Tourismus dankbar aufgenommen.

Seven Group neu mit «Enoteca La Cambüsa»



Sie ist Ivo Adams jüngstes Kind: die «Enoteca La Cambüsa» an der Seepromenade der Piazza in Ascona, die der Geschäftsführer der Seven Group Ascona vor wenigen Tagen eröffnet hat. Mehr als 200 Weine aus Europa und Übersee, 30 verschiedenen Biere, eine Selektion erstklassiger Gins und Raritäten wie Absinth sowie auserlesene Tapas und Panini werden den Gästen geboten. Dazu gibts abends jeweils Live-Musik. fe

www.seven-ascona.ch

News

Emirates als «Beste Airline der Welt» ausgezeichnet

Die Fluggesellschaft Emirates wurde bei den «World Airline Awards 2013» als «World's Best Airline 2013» gekürt. Zu diesem Resultat führte die Befragung von über 18 Mio. Flugreisenden aus mehr als 160 Ländern, die vom Befragungsinstitut Skytrax durchgeführt wurde. Emirates gewann auch den Preis der «Best Middle East Airline», und ihr Bordunterhaltungsprogramm «Cee» wurde zum 9. Mal in Folge als «World's Best Inflight Entertainment» ausgezeichnet.

Alle Resultate:
www.worldairlineawards.com

Bern laut «Lonely Planet» Top-Reise-Destination 2013



Bern gehört in die Top 10 der Europäischen Reiseziele im Jahr 2013 – laut der am Dienstag vom renommierten Reisepublizisten «Lonely Planet» erstmals veröffentlichten Liste «Top 10 European travel destinations for 2013». Diese empfiehlt zehn Orte in Europa, die Reisende in ihre Reiseplanung einbeziehen sollten. Die Stadt Bern ist als einzige Schweizer Destination aufgeführt, neben Porto und dem Douroal (P), Budapest, Nordisland, Cinque Terre (I), Moravia (CZ), Kroatien, Marseille (F), Nordirland und Kopenhagen. sag



Die Basis der rekonstruierten Zapfen ist Granulat. Der geschmacksfreie Kork wird auch aus Resten der Naturkorkenproduktion hergestellt.

Fakten Das Unternehmen Diam Bouchage

Industriestandorte: San Vicente de Alcantara, Spanien; Ceret, Frankreich
Fertigungszentren: Australien, China, Frankreich, Nord- und Südamerika, Südafrika
Produkte: «Diam» für Stillweine, «Mytik» für Schaumweine, «Altop» für Spirituosen
Umsatz: 75 Millionen Euro
Marktanteil: Weltweit 18 Milliarden Abfüllungen von Flaschen mit technischen Korkverschlüssen, davon knapp 1 Milliarde mit Produkten von Diam Bouchage
Aufteilung Verkaufsvolumen: Frankreich 33%; Italien 20%; USA 11%; Spanien 9%; Argentinien 6%; andere 21%
Entwicklung Stückzahlen: 2006: 562 Millionen; 2012: 987 Millionen

er ein makelloses Produkt kauft. Der Schlüssel ist der Einsatz von sogenannt superkritischem CO₂, das 1978 in Deutschland erstmals industriell für die Extraktion von Koffein und Tein eingesetzt wurde.

«Superkritisches» bezeichnet den Zustand zwischen flüssig und gasförmig. Bei Temperaturen um die 40 Grad Celsius wird mittels CO₂ das Trichloranisol ausgelöst. Bis es so weit ist, sind vorgängig ein paar Schritte notwendig. Der wichtigste ist die Fraktionierung des Korks. Kork besteht zu 45 Prozent aus Suberin (pflanzliches Biopolymer), 30 Prozent Lignin (Holzstoff), 10 Prozent Zellulose und je 5 Prozent Tannin, Wachs und Mineralien wie Asche.

Der Zapfen, der gebacken aus dem Ofen kommt

Ein Augenschein vor Ort bei Diam im spanischen San Vicente de Alcantara zeigt, wie die Zapfenkonstruktion genau abläuft. Dafür werden von den Korkplatten nur Suberin und Wachs verwendet. In einem Siebverfahren trennt man gewissermassen «die Spreu vom Weizen» und stellt zugleich verschiedene Granulargrößen her, sie bestimmen die Eigenschaften der rekonstruierten Korktypen mit. Dafür werden als Erstes die Korkplatten gemahlen. Bevor die Kügelchen während des sogenannten Diamant-Verfahrens mit superkritischem CO₂ behandelt werden, bestimmt das Labor den TCA-Wert der Masse. Die Proben variieren zwischen 2 und 18 Nanogramm pro Liter, der Durchschnitt liegt bei 6 Nanogramm. «Bereits ab 2 Nanogramm pro Liter kann degustativ ein Korkgeschmack festgestellt werden», sagt Produktionsleiter Rudiger Flik. Nach der Behandlung ist der Wert unter der quantifizierbaren Grenze der Analysemerkmale. Rund 150 verschiedene Moleküle, die den Weingeschmack negativ beeinflussen können, werden mit diesem Prozess ebenfalls eliminiert.

Zusammen mit zwei Kunststoffen – der eine zum Kleben, der andere zum Dichten – werden die Granulate als Masse wie in einer Schokoladefabrik in die gewünschte Form gegossen und im Ofen gebacken. Anschliessend werden die Korken poliert, die Kanten geschliffen und die Korkstruktur wieder eingebracht. Mit diesem rekonstruierten Zapfen kann der Hersteller einen TCA-freien Wein oder Cognac garantieren. Rémy Martins Kalkül ist aufgegangen.

Der lange Abschied vom Korkgeschmack

Wein mit Korkgeschmack ist für den Gast wie für den Gastgeber ärgerlich. Das muss nicht sein. In Spanien wurde ein Korken ohne «Zapfengout» entwickelt.



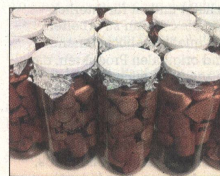
Der Grossteil des Rohstoffs wird als Platten angeliefert.



Erster Schritt zu neuen Korken: Herstellung von Granulat.



Kontrollierte Prozessabläufe: Produktionsleiter Rudiger Flik.



Endkontrolle: jede Partie wird auf den TCA-Gehalt geprüft.

weiss, dass ich mit dieser Aussage als Spinner abgestempelt werde.» Silvani meint nicht den «Zapfengout», der eindeutig als Korkgeruch in die Nase sticht. Es geht vielmehr um dumpe, moderige Gerüche, die aus der Unterwelt zu stammen scheinen, um das Trocknende, Bittere am Gaumen, das den Abgang eines Weins killt und in der Harmonie für ein paar Punkte Abzug sorgt. Deshalb setzt Raymond Silvani auf Diam, einen rekonstruierten Korken, der op-

tisch dem Original recht ähnlich ist. «Ab 2 Nanogramm Trichloranisol pro Liter lässt sich Korkgeschmack feststellen.» Rudiger Flik Produktionsleiter Diam

ierten Korkens kam ursprünglich von Rémy Martin. Der Schwachpunkt in der Produktion ihrer Luxus cognacs war der Verschluss, denn bei Naturkorken ist jeder einzelne gewissermassen ein Individuum, das einen verheerenden Stoff in sich tragen kann: TCA. Trichloranisol ist ein chlorhaltiger, aromatischer Kohlenwasser-

stoff, der schimmlich-muffig riecht und die Hauptursache für den Korkton im Wein ist. Wohl kann man eine Menge Korken auf das Vorhandensein von TCA kontrollieren, unmöglich ist aber, jeden einzelnen Stöpsel zu überprüfen. Wer eine Flasche öffnet, nimmt ungewollt an einem russischen Roulette teil, ein viel zu gefährliches Spiel für eine Marke wie Rémy Martin. Das Unternehmen hat viel Geld investiert, um eine Lösung zu entwickeln – eine, die dem Kunden garantiert, dass

STEFAN KELLER

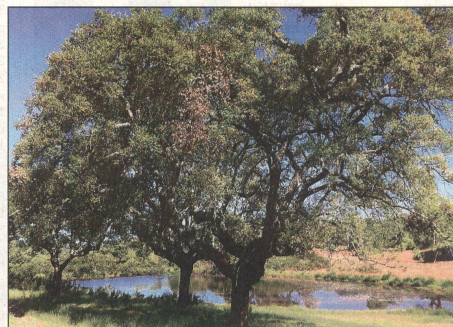
Raymond Silvani, Geschäftsführer der Vinothek Brancaia in Zürich, redet sich ins Feuer, wenn die Rede auf den Korken kommt. Er hat genug von den viel zu vielen Abfüllungen, bei denen irgendetwas nicht stimmt. «Gut und gerne die Hälfte aller Flaschen sind nicht perfekt. Ich

Schweiz «Fake-Korken» gefragt

Michael Hänzli beliebt mit seinem Önoservice seit vielen Jahren Schweizer Weinproduzenten mit allen Arten von Verschlüssen: Naturkorken, Schraubverschlüsse, Kunststoffkorken und auch rekonstruierte Korken. «Diam boomt im Moment», stellt Hänzli fest. Vor allem in der Deutschschweiz bemerke er eine verstärkte Nachfrage. «Das Produkt kann mit den bestehenden Anlagen eingesetzt werden und ist preislich attraktiv» so Michael Hänzli zu den Gründen; der Stückpreis liegt zwischen 20 und

40 Rappen, Naturkorken sind oft teurer. Schaumweinhersteller Gasser in Ellikon war Hänzlis erster grosser Kunde, andere zogen nach. Von Beginn weg dabei war auch der Bündner Georg Fromm, der heute selbst die Hälfte aller Barriqueweine mit Diam verschiess. Radikal hat das Haus Henri Cruchon in Echichens umgestellt. Der Betrieb mit über 40 Hektaren Produktionsfläche verwendet seit drei Jahren für die gesamte Produktion ausschliesslich Diam, auch für die Halbliterabfüllungen, was von der Gastro-

nomie gemäss Beobachtungen des Unternehmens sehr geschätzt werde. Auf Skepsis stösst Michael Hänzli bei seiner Kundschaft weniger in Bezug auf das Aussehen des Produkts als auf die Tatsache, dass geschätzte 15 Prozent des Diam-Volumens Kunststoffe sind. Der Hersteller verweist auf Studien, die bescheinigen, dass keine messbaren Rückstände im Wein festgestellt werden können. Drei Prozent der gesamten Diam-Produktion (Deutschland: 4 Prozent) werden übrigens in der Schweiz abgesetzt.



Korkeichen werden bis zu 200 Jahre alt.

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

Nr. 25 · 20. Juni 2013

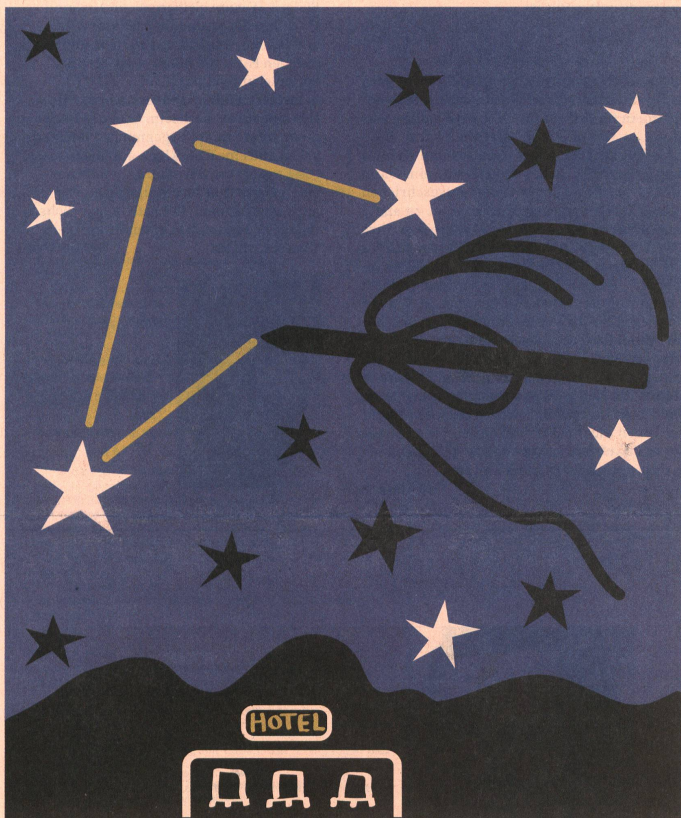
htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE**
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

ZITAT
DER WOCHE

«Was Manager entscheiden
zu unterlassen, ist oft wichtiger,
als was sie entscheiden
zu unternehmen»

Peter Drucker, US-Ökonom

UMSETZUNG DER NISCHENSTRATEGIE

Eine erfolgreiche nischenorientierte Markt-Strategie bedeutet nicht unbedingt, dass viel Geld in die Hand genommen werden muss. Im Gegenteil: Wenn zu Beginn der Umsetzung eine gewaltige finanzielle Investition steht, wächst die Gefahr des Scheiterns, weil die finanziellen Planungen sehr schnell aus dem Ruder laufen können oder weil die anderen Umsetzungsschritte zu lange in den Hintergrund treten müssen. Sie sind es aber, die für die Wirkung der Nischenstrategie den nachhaltigen Erfolg sichern. Denn die Service- und Erlebnisqualität eines Hotels wird durch die Gästeorientierung des Hotelpersonals bestimmt.

Drei Sterne sind manchmal mehr als vier
Viele Erfahrungen zeigen, dass eine Herabstufung z. B. von vier auf drei Sterne nicht nur Investitionen spart, sondern die Qualitätswahrnehmung der Gäste positiv beeinflusst. Weil nämlich mehr geboten wird, als die Gäste erwarten. Es kommt also darauf an, wie man die Marktstrategie auf die drei Sterne abstimmt. Dann sind drei Sterne manchmal mehr als vier. In der Umsetzung entscheidet sich der Erfolg. Für die technisch-sachorientierte Umsetzung bietet es sich an, die notwendigen Schritte entlang der klassischen Marketing-Instrumente, also Vertrieb, Preispolitik, Marktkommunikation sowie die Produkt- bzw. Leistungsgestaltung zu analysieren und zu vernetzen.

Was bedeutet Vernetzung?
Wenn beispielsweise eine geplante, behutsame Neu-Positionierung eines Hotelbetriebs mit

Fokus auf sportliche, gut situierte (aber preisbewusste) Senioren (62+) – diese Zielgruppe ist in Mitteleuropa sehr gross und nimmt weiter zu – erfolgen soll, dann können zur Leistungsgestaltung nicht nur eine kalorienbewusste Küche, sondern auch Bewegungstraining (z. B. Yoga-Kurse für Senioren) und entsprechende Kochkurse gehören. Innovation, d. h. neue Angebote, können in einer Nische oftmals sehr schnell und kostengünstig etabliert werden. Yoga-Kurse für Senioren können kombiniert werden mit Seminar-Angeboten für bewussteres und gesünderes Leben, intelligente Partnersuche für «Best Ager» etc. Der Erlebniswert solcher Angebote ist sehr hoch. Dementsprechend kommt die Mundpropaganda sehr schnell in Gang. Entsprechende PR-Arbeit tut ihr Übriges, um die Nachfrage für dieses besondere Angebot effektiv anzukurbeln. Denn die Medien berichten sehr gerne über innovative Angebote im Tourismus. Für die Strategieentwicklung sowie für technisch-sachorientierte Umsetzung gibt es praxiserprobte Expertenhilfe. Für die Umsetzung bei der Einstellung und dem Verhalten der Mitarbeiter braucht es die volle Kraft und Widmung der Führungskräfte. Hier trennt sich die Spreu vom Weizen (der vollständige Artikel auch unter info@swiss-mf.com).



Axel F. R. Fischle
Verwaltungsrat
Management Factory AG, Giebenach

AGENDA

24.-25. JUNI

Learning by Doing –
Module 3 + 4, von hotelleriesuisse,
im Hotel Cascada,
in Luzern

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

27. JUNI

Informationsveranstaltung
Nachdiplomstudium HF Hotel-
management, von hotelleriesuisse,
im Hotel Mont Cervin,
in Zermatt

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

15.-20. JULI

Summer Academy –
English Week,
von hotelleriesuisse,
Ecole Hôtelière de Lausanne,
in Lausanne

www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

31. AUGUST

«Methodik-/Didaktikkurs», vom
Schweizer Kochverband, im
Ausbildungszentrum, in Liestal

www.hotelgastrounion.ch

18. SEPTEMBER

«ECDL-Start-Kurs», vom
Berufsverband Hotel-Adminis-
tration Management, im Ausbil-
dungszentrum SBV, in Sursee

www.hotelgastrounion.ch

23.-27. SEPTEMBER

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

www.hotelgastrounion.ch



Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotelleriesuisse.ch/beraternetzwerk

CURAV/VA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

In der Bäckerbranche gibt es 71 Unfälle auf 1.000 Beschäftigte (1995–2005). Rund 750 Berufsunfälle pro Jahr verursachen Kosten von sieben Millionen Franken. Im Gastgewerbe sind es 13.000 Betriebsunfälle, die 41 Millionen Franken kosten. Erfreulich ist, dass die Zahl der Unfälle sinkt. «Profil» gibt wöchentlich Tipps. Die Grundtipps in dieser Folge gelten für beide Branchen.

Gesundheitsgefährdungen vermeiden (Teil 2)

Vergiftungen

Stark ätzende Reinigungsmittel können bei direktem Haut- oder Augenkontakt bzw. beim Einatmen der Dämpfe ernsthafte Gesundheitsschäden verursachen. Deshalb sind die Sicherheitsdatenblätter aufmerksam zu lesen und die Mitarbeitenden in den wichtigen Punkten zu unterweisen (erste Hilfe, Schutzmassnahmen, Handling, Dosierung).

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

ZEIT FÜR EINEN STELLENWECHSEL?

Sind Sie noch zufrieden mit Ihrer Arbeit, Ihrem Arbeitsort, Ihrem Leben? Im Buch «Aussteigen – Umsteigen» (siehe Buchtipp rechts) gibt es eine Checkliste mit vielen Fragen zu Beruf und Leben.

- Jeder hat wohl mal den Verleider bei seiner Arbeit. Die Frage ist aber, wie oft das der Fall ist. Um diese Frage zu beantworten, gibt es im oben erwähnten Buch auch eine Checkliste zum Thema rund um die Arbeit:
- Meine berufliche Tätigkeit macht mir Spass.
 - Ich verrichte meine Arbeit in einer angenehmen Umgebung.
 - Ich arbeite gerne mit meinen Mitarbeitenden zusammen.
 - Ich fühle mich selten in unangemessener Weise bewertet und kontrolliert.
 - Mein Arbeitsplatz gefährdet mich nicht durch Chemikalien, giftige Gase, Strahlen, Staub, schlechte Luft, extreme Temperaturen, Lärm, grosse Unfallgefahr und Ähnliches.
 - Ich fühle mich selten unter Druck oder gehetzt.
 - Ich fühle mich nicht häufig überfordert.
 - Wenn ich Spannungen mit Vorgesetzten oder Mitarbeitenden habe, finden wir meist Lösungsmöglichkeiten.
 - Ich kann meine Arbeit grösstenteils selber einteilen.
 - Während der Arbeit habe ich genügend Pausen.
 - Ich empfinde meine Arbeit als sinnvoll und anregend.
 - Finanziell fühle ich mich sicher.

Wenn Sie die meisten oder gar alle Fragen mit Ja beantworten können, ist ein Stellenwechsel kaum angesagt. Wenn Sie aber fast überall Nein sagen müssen, dann sollten Sie sich wahrscheinlich einen neuen Job suchen. Natürlich spielen noch andere Faktoren mit als nur die di-

rekte Arbeitssituation. Deshalb stellt das Buch auch Fragen zu Ihren Gefühlen, Ihrer Kreativität, Entspannung, Ihrem Schlaf, Ihrer körperlichen Aktivität und Fürsorge, zu Ernährung und Wohnen, zwischenmenschlichen Beziehungen und Ihrem Leben allgemein. Aus den Antworten können Sie schliessen, ob eine Veränderung notwendig ist.

WARUM WOLLEN SIE WEG?

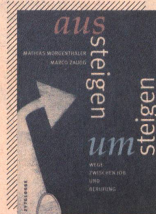
Aus welchen Gründen sind Sie nicht mehr gern an Ihrem Arbeitsplatz? Warum wollen Sie weg? Sammeln Sie auf einem Blatt Papier alles, was Ihnen an Ihrem Job missfällt. Es kann Wichtiges, weniger Wichtiges, Grosses und Kleines sein. Trauen Sie sich, subjektiv zu sein. Dann versuchen Sie, das, was Sie aufgeschrieben haben, möglichst genau und konkret zu analysieren. Wenn Sie zum Beispiel schreiben, Ihre Arbeit sei langweilig, gilt das dann wirklich für alle Tätigkeiten? Für welche Arbeit gilt es besonders? Welche ist ganz in Ordnung? Liegt das nur an der Tätigkeit oder auch an Ihnen? Überlegen Sie zu jedem Punkt genau, welches Ihr Anteil ist und wo es am Betrieb, dem Chef oder den Strukturen liegt. Ihr Chef gibt Ihnen immer nur die langweiligsten Arbeiten. Woran könnte das liegen? Was haben Sie bisher getan, um das zu ändern? Betrachten Sie jeden Punkt, der Ihnen nicht passt, und fragen Sie sich, was Sie in Zukunft brauchen oder tun können, um in dieser Hinsicht zufrieden zu sein.

Mario Gsell

BUCHTIPP

DIE SUCHE NACH NEUEN BERUFLICHEN WEGEN

Früher war der Beruf etwas derart Unveränderliches, dass manche ihn noch auf dem Grabstein vermerkten, gleich unter dem Namen. Heute haben wir alle Freiheiten, uns neu zu erfinden. Das kann zu erstaunlichen Veränderungen führen: Ein langjähriger Bank-Filialleiter kündigt seinen gut bezahlten Job und eröffnet einen Tee- und Gewürzladen; eine alleinerziehende Kellnerin und Putzfrau wird zur fragranten Immobilienmaklerin; ein Lehrer zieht los, um die Welt zu entdecken und leitet fortan Expeditionen in die Südsee. Warum bleiben solche Aus- und Umstiege die Ausnahme? Was lässt uns aufbrechen, was hält uns zurück, und von welchen Faktoren hängt es ab, ob eine Veränderung gelingt? Selbstverständlich geht es nicht darum, Ihren Beruf zu wechseln. Aber das Buch bietet interessante Begegnungen mit Menschen und eine Checkliste mit über 150 Fragen zum Beruf und zur allgemeinen Lebenssituation. Vielleicht gibt es auch Mut zu einem fälligen Stellenwechsel, oder Sie finden sich in einem Hoteljob in Übersee wieder.



«Aussteigen – Umsteigen»

Zytglogge Verlag von Mathias Morgenthaler und Marco Zaugg
ISBN 978-3-7296-0864-1
CHF 36.00

AUS- UND WEITERBILDUNG

Das Intensivseminar
GASTRO SUISSE

Der Barkurs
Cooles Drinks heiss geliebt

Termine Blockkurs
Start Frühling: 22.04.13, Start Sommer: 26.08.13, Start Herbst: 18.11.13

Weitere Informationen
Gastro Suisse
Blumenfeldstrasse 29, 6048 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrosuisse.ch

Das Intensivseminar
GASTRO SUISSE

Der Rezeptionskurs
Professioneller Gästeempfang im Hotel

Termine berufsbegleitend
Start Frühling: Montag, 9. April 2013, Start Herbst: Mittwoch, 4. September 2013

Weitere Informationen
Gastro Suisse
Blumenfeldstrasse 29, 6048 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrosuisse.ch

Durchblick
Nachdiplomstudium
HF Hotelmanagement



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

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von

htr hotel revue

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

HERAUSGEBER

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotelleriesuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

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

Hotellerie* Gastronomie Verlag

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

LEITUNG

Barbara König
Philipp Bitzer
Michael Gollong

REDAKTION

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

redaktion@stellenprofil.ch
redaktion@immoprofil.ch

ADMINISTRATION

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

Nicole Kälin

Tel. 041 418 24 48
nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch

Die Verarbeitung inkl. Fakturierung der Stellen- und Immobilienanzeigen erfolgt (auch wenn die Auftragserteilung

via Hotellerie* Gastronomie Verlag erfolgen sollte) über die htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

VERKAUF

Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42

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

PREISE

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

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

Die Immobilienanzeigen werden automatisch gegen einen Aufpreis von CHF 50.00 während eines Monats auf www.htr.ch / immobilien.aufgeschaltet.ch / www.stellenprofil.ch resp. www.immoprofil.ch abrufbar

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

Michael Gollong (Creative-Direction)
Luka Beluhan
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
28.6., 9.8. 23.8., 13.9., 29.11., 13.12.)
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.



Leiter/in Gastronomie

Gastronomie im Verkehrshaus der Schweiz
Lidostrasse 5, 6006 Luzern

per sofort oder nach Vereinbarung

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Den ausführlichen Stellenbeschrieb finden
Sie unter www.zfv.ch



Die Gastronomiegruppe
www.zfv.ch



27133-10164

Neues Restaurant/Bar und Terrasse in der Zürcher Altstadt

Ende November 2013 eröffnen wir an der Bahnhofstrasse Zürich einen einzigartigen Gastronomiebetrieb mit Restaurant und Terrasse (jeweils 100 Sitzplätze) und einer trendigen Bar. Das frisch zubereitete gastronomische F&B-Angebot soll die anspruchsvollen nationalen und internationalen Gäste gleichermaßen erfreuen.

Ab sofort suchen wir passionierte und begeisterte Fachprofis, die gerne Hand in Hand mit dem Geschäftsführer – bereits in der Vor-Eröffnungsphase – den Erfolg des Unternehmens aktiv mitgestalten wollen. Der Eintritt erfolgt nach Vereinbarung.

Leitung Restauration und Stellvertretung des Geschäftsführers (m/w)

Wir wenden uns an eine ausgewiesene und flexible Gastgeber-Persönlichkeit, welche bereits über Erfahrung in einer vergleichbaren Position verfügt. Sie sind eine umsichtige und vorausblickende Führungspersönlichkeit, die Ihrem Team in jeder Hinsicht ein Vorbild ist. Sie zeichnen sich durch unternehmerisches Denken und Handeln, Ihrer Liebe zum Detail und durch hohes Qualitätsdenken aus (Sprachen D und E/F von Vorteil).

Küchenchef (m/w)

Sie verfügen bereits über Erfahrung als Küchenchef in der Führung eines kleineren Teams in einem A-la-carte-Restaurant. Mit Kreativität und Innovation kreieren Sie gemeinsam mit Ihren Köchen saisonale, regionale und internationale Spezialitäten für die Gäste. Dabei liegt Ihnen der punktuelle Kontakt zum Gast ebenso am Herzen wie der Wunsch des exzellenten Rufs des Restaurants. Wenn Sie Freude haben, in der Zürcher Gastroszene Akzente zu setzen und Ihren Beruf als Passion verstehen, dann möchten wir Sie gerne kennenlernen. (Sprachen D und E/F von Vorteil).

Matthias Kofmehl freut sich über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto per Post oder per E-Mail. Telefon +41 79 354 92 85

Rheingold Gastro GmbH, Matthias Kofmehl, Bahnhofstrasse 61, 8001 Zürich
m_kofmehl@hotmail.com

27130-10181

Für unser gut eingeführtes, typisches Schweizerhotel ***Q3 in Wilderswil suchen wir eine/n

Gastgeber/in Leitung Hotel



Ihre Aufgaben

- Operative Führung unseres integrativen Jungfrau Hotels mit Restaurant, Catering und Mahlzeitenlieferungen in Zusammenarbeit mit der Institutionsleitung und den Ressortleitern
- Überwachung unserer Qualitätsstandards (ISO 9001:2008, Q3, ***)
- Führung des Personals/Einsatzplanung
- Budget-Verantwortung/Kostenkontrolle/Reporting
- Positionierung und Weiterentwicklung unserer Angebote
- Umsetzung Marketingkonzept
- Führung und Mitarbeit Reception und Restaurant
- Betreuung Individual- und Gruppengäste
- Kontaktpflege mit Partnern

Ihr Profil

- Sie denken und handeln unternehmerisch
- Sie verfügen über eine fundierte Ausbildung und langjährige Führungserfahrung in Hotellerie und Gastronomie
- Sie sind gerne Gastgeber/in und bereit zur praktischen Mitarbeit
- Sie sind verhandlungs- und entscheidungssicher
- Gute kaufmännische Grundkenntnisse, MS-Office/Fidello
- Sprachen D, E, F
- Führerausweis Kat. B
- Belastbarkeit, Flexibilität, Selbständigkeit, Durchsetzungsvermögen
- Sie identifizieren sich mit dem Leitbild der Institution

Unser Angebot

- Interessante und abwechslungsreiche Aufgabe
- Branchenübliche Besoldung und Sozialleistungen
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit
- Mitgestaltungsmöglichkeit in einem wachsenden Sozialunternehmen

Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Zeugnissen und Foto sind an folgende Adresse zu richten:

Zentrum Seeburg/Jungfrau Hotel, Frau Ruth Eichenberger
3807 Iseltwald, Telefon 033 845 84 00
www.seeburg.ch / www.jungfrau-hotel.ch

27129-10160



Das Restaurant und Hotel Landhaus Liebfeld beherbergt insgesamt 330 Plätze und liegt nahe der Stadtgrenze von Bern. Der Restaurationsbetrieb ist aufgeteilt in die Gaststube, bekannt für ihre traditionellen und nationalen Spezialitäten, die gediegene Bar, einen grosszügigen Bankett- und Konferenzsaal im Dachstock, die Gartenterrasse und die Röstisserie, in welcher ein hoher und anspruchsvoller A-la-carte-Service geboten wird.

Wir besetzen in diesem Sommer einige Stellen neu in unserem Betrieb:

- Restaurationsfachfrau – ab Mitte Juli 2013 (100% Frühdienst)
- Commis de Cuisine – ab Juli 2013
- Chef de Partie – ab August 2013

Wir suchen kompetente, fähige Mitarbeiter, die motiviert sind, ihre persönlichen Ziele sowie die des Unternehmens zu erreichen. Kollegialität, Teambewusstsein sowie die Passion zum Beruf sind uns sehr wichtig.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen per Post oder E-Mail.

Restaurant Landhaus Liebfeld AG

Jos und Brigitte de Wolf-Oster
Schwarzenburgstrasse 134
3097 Liebfeld
Telefon 031 971 07 58
www.landhaus-liebfeld.ch
info@landhaus-liebfeld.ch

27125-10195



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

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

Zur Verstärkung unserer 25-köpfigen Service-Brigade suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine/n

Chef de Service 100 %



Können Sie sich vorstellen, in einer der führenden Kliniken, mit privater Trägerschaft, zum Wohle der Patienten tätig zu sein und sich in einem traditionellen Ambiente wohlfühlen? Dann lesen Sie weiter ...

Das Aufgabengebiet

- Gepflegter Speise- und Getränkeservice auf den Zimmern (Room-Service)
- Koordination mit Küche und Ernährungsberatung
- Unterstützung im Speisesaal während der Servicezeiten

Wir erwarten

- Abgeschlossene Ausbildung als Restaurationsfachangestellte/r (oder gleichwertige Ausbildung) und entsprechende Weiterbildung
- Abschluss einer Hotelfachschule ist von Vorteil
- Einige Jahre Erfahrung in entsprechender Position und Führungserfahrung
- Gutes Fachwissen für einen professionellen Arbeitsablauf und Organisationstalent
- Idealeralter zwischen 30 und 40 Jahren
- Fremdsprachenkenntnisse in Englisch sind ein Muss, weitere Sprachen sind von Vorteil
- Gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen
- Flexibilität, Belastbarkeit, Selbständigkeit und absolute Zuverlässigkeit
- Mithilfe und Organisation bei Banketten bis zu 200 Personen

Wir bieten

- Abwechslungsreiche und selbständige Tätigkeit
- Schichtbetrieb, in der Regel von 6h45 – 12h45 / 16h00 – 20h00
- Zeitgemässe Anstellung mit guten Sozialleistungen, u. a. 5 Wochen Ferien
- Verpflegung und Wohnmöglichkeiten sowie gratis Parkplatz
- 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?

Wir freuen uns auf Ihre komplette, schriftliche Bewerbung per Post an unten stehende Adresse. Für weitere Auskünfte steht Ihnen unser Maître d'hôtel, Herr Ivan Uradin unter der Telefonnummer 0041 52 742 11 11 gerne zur Verfügung

KLINIK SCHLOSS MAMMERN AG
Flandrina C. von Salis, Vizedirektorin/Personalchefin
CH 8265 Mammern (Bodensee) TG
Tel. 0041 52 742 11 11
stellen@klinik-schloss-mammern.ch
www.klinik-schloss-mammern.ch



27099-10155

Das Kongress- und Kulturzentrum Pontresina sucht per sofort oder nach Vereinbarung

Technischer Leiter 100%

Zu Ihren Hauptaufgaben gehören unter anderem:

- Gesamtleitung technischer Betrieb des Kongresszentrum
- Überwachung und Koordination von technischen Umbauten
- Personalführung Technikerteam
- Planung und Koordination der Anlässe

Sie schätzen selbständiges Arbeiten, verfügen über gute technische Fähigkeiten, EDV-Kenntnisse und Führungserfahrung. Sie sind dienstleistungsorientiert und sprachgewandt (D/I) und können anpacken und haben Freude am Umgang mit Menschen. Die Bereitschaft zu unregelmässigen Arbeitszeiten sowie Abend- und Wochenendeinsätzen stellen für Sie kein Problem dar.

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Arbeit zu zeitgemässen Arbeitsbedingungen.

Interessiert?

Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen **bis spätestens 2. Juli 2013** an:

Gemeindekanzlei Pontresina, Anja Hüslér,
Via da Mulin 7, 7504 Pontresina
anja.huesler@pontresina.ch

Bei Fragen wenden Sie sich an:
Pontresina Tourismus, Jan Steiner,
Via Maistra 133, 7504 Pontresina
Tel. 081 838 83 11, jan.steiner@pontresina.ch
www.pontresina.ch



piz bernina engadin

27124-10157

hpmISTELI

Ein junges, innovatives, frisches Gastronomiekonzept in einem bekannten (Familien)Ferienort im Berner Oberland. Ein lebhafter Betrieb mit grossem Entwicklungspotenzial, der sich durch kreative Angebote, aussergewöhnliche Dienstleistungen und einem speziellen Ambiente schnell zu einem nachgefragten und beliebten Treffpunkt etabliert hat.

Für die geplante Erweiterung und die nächsten Schritte in dieser Erfolgsstory suchen wir im Auftrag unseres Mandanten kommunikative und präzise Gastgeber als

Geschäftsleitung (Einzelperson oder Team)

Mit der Option den Betrieb zu einem späteren Zeitpunkt als Mieter zu übernehmen, führen und prägen Sie den lebendigen Betrieb engagiert, mit unternehmerischem Flair, Ihrer Freude am Umgang mit Menschen und viel Liebe für die kleinen Details. Das stark vorhandene Potenzial und die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten sind für Sie eine Herausforderung, die Sie aktiv nutzen.

Sie sind Profis und begeisterte Teamplayer, verfügen über gastronomische Grund- und Weiterbildung, den Fähigkeitsausweis. Idealerweise konnten Sie bereits breite Erfahrung in der Gastronomie/Hotellerie sammeln.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Kontaktaufnahme und lassen Ihnen gerne unsere Mieterdokumentation zukommen.

hpmisteli, hotel- & gastrokonzepte
Wattenwylweg 28, 3006 bern
info@hpmisteli.ch | www.hpmisteli.ch

27121-10155

hoteljob.ch ist mehr als nur eine Stellenplattform!



SERVICE / RESTAURATION

Alle Jobangebote

258



Lehrstellen/
Praktikum

920



Bewerber-
profile



Kursagenda

Aus- und
Weiterbildungsprofile

Jobangebote

Praktikumstellen

News

Ratgeber

Weiterbildung

Lehrstellen

Karrietipps

Kurse

Berufsportraits

Veranstaltungen

Bewerberdossiers

hoteljob.ch

Wenn Sie wissen, dass eine gute Sauce Stunden köcheln muss, die Zubereitung von perfekt gegartem Fleisch Ihre Leidenschaft ist und Sie ein junges Kochteam in einer gut ausgestatteten, sonnigen Küche zu schätzen wissen; dann gibt Ihnen unsere Homepage mit Presseberichten einen ersten Einblick, wo Sie als

Chef de partie

ab zirka Mitte August arbeiten werden.

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

27044-10136

Für die gehobene Gastronomie ab Aug. 2013

Küchenchef m/w
Jobcode hoteljob.ch: J63753

Schiffrestaurant Wilhelm Tell
Vor Anker am Schweizerhofquai, 6006 Luzern
+41 (41) 410 23 30 info@schiffrestaurant.ch

SVIZZERA ITALIANA



The recently re-opened Kurhaus Cademario Hotel & Spa offers 82 elegant rooms, a spectacular view, 2 restaurants with healthy regional cuisine and a unique DOT.Spa over an area of 2.200 m² offering both relaxing wellness and medical treatments alike.

All this nestled in the idyllic scenery of Cademario, the quaint village on the hills of Malcantone, just a few kilometers away from Lugano.

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 highly motivated and dynamic SALES MANAGER bringing along following skills:

- Experience in Sales and/or in the Hospitality industry, preferably in the medical wellness field
- 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 oriented, 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 - KHC** to Alain Masson, Director of Sales & Marketing at alain.masson@villasassa.ch

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
T +41 91 911 41 11
www.kurhauscademario.com

KURHAUS CADEMARIO HOTEL & SPA
RE-OPENED APRIL 2013



HIRING
HIGHLY MOTIVATED AND DYNAMIC
SALES MANAGER

27132-10165



Gasthof zum Kreuz
3033 Wohlten BE
info@kreuzwohlten.ch

Wir suchen für unseren traditionellen und lebhaften Landgasthof:

1 Jungkoch oder Koch (w/m)
sowie **1 Servicemitarbeiter (w/m)**
per 1. August 13 oder nach Vereinbarung

Sie sind: kreativ, flexibel, belastbar und teamfähig zwischen 18 und 40 Jahren, deutschsprachig, arbeiten gerne in einem aufgestellten, jungen Team dann sind Sie unser neuer Mitarbeiter.

Wir bieten: 2 geregelte Freitage (Montag und Dienstag) marktgerechte Entlohnung und 5 Wochen Betriebsferien auf Wunsch ist ein Zimmer im Personalhaus vorhanden

Auf das erste Kennenlernen freuen sich Doris und Peter Tschannen (Telefon 031 829 11 00)

27137-10166

SVIZZERA ITALIANA



CONTINENTAL PARKHOTEL LUGANO

www.continentalparkhotel.ch

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

FRONT OFFICE
Mitarbeiter/in

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

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

27085-10143



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

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

Zur Verstärkung unseres Empfangsbereichs suchen wir per 01. Juli 2013 oder nach Vereinbarung eine

Réceptionistin (Verwaltungsmitarbeiterin) 100 %

Wenn Sie eine neue Herausforderung mit vielseitigem Tätigkeitsgebiet reizt, dann lesen Sie weiter.

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

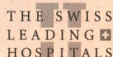
- Eine abgeschlossene Grundausbildung im Bereich Hotellerie oder Gesundheitsbranche mit einigen Jahren Berufserfahrung
- Kenntnisse über die Abrechnung mit Krankenkassen und in der medizinischen Terminologie
- Ein Flair für Zahlen und gute PC-Kenntnisse
- Kenntnisse der englischen, von Vorteil auch der 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
- Qualitätsmanagement nach ISO Norm 9001:2008
- 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 Wochen bis 12 Jahre) im eigenen Kinderhort

Sollte Sie diese vielseitige Aufgabe interessieren, senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Unterlagen per Post zu. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen selbstverständlich telefonisch jederzeit zur Verfügung. Wir garantieren Ihnen absolute Diskretion.

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



27030-10110

SUISSE ROMANDE



La société **MACAROON SA (LADURÉE)** recherche :

CHEFS DE POSTE

Missions principales :

- Encadrement d'équipe
- Préparation de biscuit

Profil recherché :

- CFC de boulanger-pâtissier ou pâtissier-confiseur
- Réactivité dans la gestion des aléas
- Capacité de travailler en autonomie
- Faire preuve de rigueur dans le quotidien
- Avoir le sens de l'initiative

Adresse d'envoi

Les dossiers de candidature, comprenant une lettre de motivation, un C.V. et les prétentions salariales sont à envoyer sous pli confidentiel à :

Macaroon SA
A l'attention de Madame Sandrine Veigneau
Route des Rez 2
CH-1667 ENNEY

27131-10162

STELLENGESUCHE

Troubleshooter bietet sich an

Erfahrener, junggebliebener Rentner (1944), mit grosser Erfahrung im Restaurations- und Hotelbusiness (ohne Küche) sowie in der Tourismusbranche (Reiseleitung) sucht ab sofort oder nach Vereinbarung eine neue Herausforderung bis zu 50%-Pensum.

Interessenten melden sich bitte bei:

FST Consultant and Trading
Lindenbergstrasse 8b
6331 Hünenberg ZG
Telefon 079 340 71 27

27158-10159

DENK AN MICH

Ferien und Freizeit für Behinderte



Ferienträume werden wahr.
Dank Ihrer Spende auch für
Menschen mit Behinderung.

PC 40-1855-4
www.denkanmich.ch



27138-10166

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



KEYSTONE

FAIRTRADE BEI TEXTILIEN

Max Havelaar ermöglicht Kleinbauern aus benachteiligten Regionen des Südens durch festgelegte Mindestpreise und Fairtrade-Prämien den Marktzugang in den Norden und fördert langfristige und möglichst direkte Handelsbeziehungen. Dies garantiert ein stabiles Einkommen und verbessert die Lebens- und Arbeitsbedingungen nachhaltig. Angestellte auf Plantagen bekommen im Minimum den gesetzlichen Mindestlohn und profitieren unter anderem von Schutzkleidung, bezahlten Ferien und sozialer Vorsorge.

Doch wer ist eigentlich dieser Max Havelaar?

Max Havelaar ist die Hauptfigur eines Romans, erschienen im Jahr 1860 unter dem Titel «Max Havelaar oder die Kaffeeversteigerungen der Niederländischen Handels-Gesellschaft». Der Autor, Eduard Douwes Dekker, schrieb sein zum Teil autobiografisches Buch unter dem Pseudonym Multatuli. Dekker lebte seit seinem 18. Lebensjahr in den niederländischen Kolonien als Angestellter des Staates. Er wehrte sich er-

folglos gegen die dortigen Missstände und quittierte zuletzt den Dienst (Quelle: www.maxhavelaar.ch).

Aber Fairtrade bedeutet mehr: Auch alle anderen Hersteller innerhalb der Produktionskette wie Spinnereien, Webereien oder Konfektionäre aber auch Trader verpflichten sich, die anerkannten Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) einzuhalten.

Baumwolle aus fairem Handel

Fairtrade, in der Öffentlichkeit vor allem bekannt als Max-Havelaar-Gütesiegel für fair gehandelte Lebensmittel wie z. B. Bananen und Kaffee, hat 2005 ein Label für Textilien eingeführt. Die Verarbeitungskette der Baumwolle ist transparent und entspricht anerkannten sozialen Kriterien. Eine zertifizierte Spinnerei importiert die Baumwolle von der Fairtrade-zertifizierten Chetna Organic Farmers Association in Indien, die beste Qualität aus fairem Anbau herstellt. Corporate Social Responsibility,

Fairtrade und Nachhaltigkeit sind heute die Top-Themen, und auch in der Textil- und Bekleidungsindustrie macht man sich vermehrt Gedanken und unternimmt Anstrengungen zu diesen Themen. Klimastandards sind heute Attribute, welche auch von Luxus-Produkten und deren Verwendern gefordert werden.

So verwundert es nicht, dass erfolgreiche Hotels in der ganzen Welt auf ökologische und soziale Verantwortung setzen: Kaffee aus fairem Handel, Lebensmittel aus biologischer und lokaler Produktion, und verstärkt rückt bei Hoteliers auch die verwendete Tisch- und Bettwäsche ins Zentrum der Aufmerksamkeit.



Stephan Hirt
Vorsitzender der Geschäftsleitung
Schwab AG

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@bluewin.ch

Zu verkaufen

renoviertes Gästehaus in der Provence

7 Zimmer, schöner, privater Teil, Pool, viel Land.

Sehr rentabel, seit über 10 Jahren von CH-Paar geführt.

Beste Lage. VP 1,7 Mio. Euro.

Nähere Angaben unter Chiffre 27080-10141 an htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Schiers – Zu verkaufen

Wohn- und Geschäftshaus an bester Lage

- Restaurant 50 Plätze
- Gartenwirtschaft 60 Plätze
- grosszügige Bar für ca. 150 Personen
- gewölbter Keller mit Buffet
- 10 Studios
- 4 Zwei-Zimmerwohnungen
- 1 Drei-Zimmerwohnung

Ideal als Kapitalanlage
Interessanter Kaufpreis.

Weitere Auskünfte:

KOHLER IMMOBILIEN Member HEV
kohlerrimmobilien@bluewin.ch
www.koehlerimmobilien.ch
7000 Chur
Tel. 081 250 05 20 · Mob. 078 715 09 54

Zu verkaufen per 1. Januar 2014 oder nach Übereinkunft

Besteingegeführtes Restaurant, Top Lage in St. Gallen, Rohbaumiete, Verkaufspreis: Fr. 250 000.-

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Kurzlebenslauf und Anschrift senden Sie bitte per E-Mail an: benno.jud@treuhandjudgraf.ch
Per Post an Treuhandbüro Benno Jud, St.-Jakob-Strasse 37, 9000 St. Gallen.

Herr Jud beantwortet gerne Ihre Fragen
Telefon 071 244 93 93
Diskretion zugesichert und erwartet.

Hotel/Restaurant

mit einem Projekt für ein Motel, ca. 70 Zimmer, im Kanton Schwyz zu verkaufen.

Verkehrsgünstige Lage, Motel-Betreiber vorhanden.
VKP: 5,6 Mio. Fr., inkl. Projekt.

ANMAT ImmoTreuhand AG, T: 078 622 91 44

Zu verkaufen elegantes

5*-Boutique-Hotel

Villa mit Park am Kap – Golf & Wein, nur solvente Anfragen, cash offers.
www.capedream.com

Wildhaus – Zu verkaufen

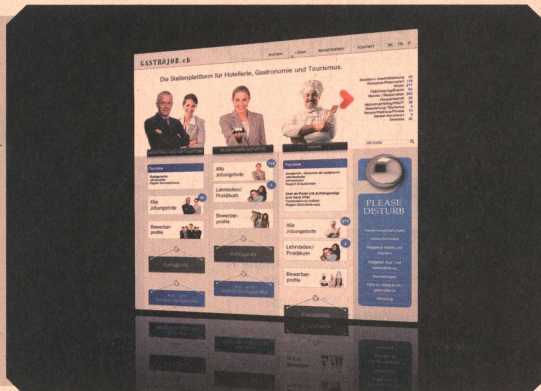
Wohn- und Geschäftshaus

- 7-Zimmer-Wohnung
- 4 Personalzimmer
- 2 Duschen und WC
- Ladenlokal
- Café mit 65 Plätzen
- Parkplätze/Gartensitzplatz
- gute und sonnige Lage
- verschiedene Nutzungsmöglichkeiten

Interessanter Kaufpreis
Weitere Auskünfte:

KOHLER IMMOBILIEN Member HEV
kohlerrimmobilien@bluewin.ch
www.koehlerimmobilien.ch
7000 Chur
Tel. 081 250 05 20 · Mob. 078 715 09 54

GASTROJOB.ch



Die Stellenplattform
für Hotellerie,
Gastronomie und
Tourismus

