

Objektyp: **Issue**

Zeitschrift: **HTR Hotel-Revue**

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

Heft 51-52

PDF erstellt am: **18.09.2024**

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>



Frohe Festtage

Die nächste Ausgabe der htr hotel revue erscheint am 9. Januar 2014

Im Aufbau

Für René Dobler, Geschäftsleiter der Stiftung für Sozialtourismus, sollten in der Schweiz die touristischen Einrichtungen für Behinderte viel stärker gefördert werden.

Seite 3

Im Trend

Die Nachfrage nach Event-Catering ist stark zunehmend. Wer in diesem lukrativen Geschäft mithalten will, muss innovative Konzepte bieten.

Seite 15

Zum Schluss

Ein Interview mit Angelo Martinelli, der seit 50 Jahren für das Hotel Badrutt's Palace in St. Moritz arbeitet, beendet unsere Serie «Köpfe 3013».

Seite 19

Inhalt

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

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE hotel revue

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus *Avec cahier français*

1029893
Schweiz, Nationalbibliothek
Perfektadriensstr.
3005 Bern

Feriedestinationen zwischen Ruhesuchenden und Partygängern

Die Ruhe kehrt ein



«Das ruhige Winterwandern ist ein Riesenbedürfnis.» Pascal Schär, Saas-Fee, setzt deshalb auf ein Doppelprogramm für Ruhe- und Actionsuchende. Dass das zu Konflikten führt, ist offensichtlich. Frédéric Füssichen, Engelberg, spricht von einem «Spannungsfeld», mit dem man leben muss. Rigoros gegen Ruhestörung geht man in Lech vor – und warnt vor Ballermann-Image. **«fokus», Seite 11 bis 13**

Mont-Pèlerin

Vielseitige Klientel für das Hotel Mirador Kempinski

Mit seinem Wellness-Angebot und dem Medical Center spricht das Hotel Mirador Kempinski ein breites Gästesegment an. Gemäss Direktor Jean-Marc Boutilly schätzen Schweizer das Spa Givenchy und die Gastronomie. Gäste aus Osteuropa, Asien und dem Mittleren Osten nehmen vor allem das Medical Center in Anspruch. **aca/dst Seite 10**

Chalet-Girls im Wallis

L-GAV-Kontrollstelle greift durch

Ab sofort werden britische Reiseveranstalter, die im Verdacht stehen, ihr Chaletpersonal in Walliser Ferienorten ungenügend zu entlohnen, kontrolliert. Das hat am Dienstag die Aufsichtsbehörde der L-GAV-Kontrollstelle fürs Gastgewerbe beschlossen. Sie hat damit dem Kanton Wallis eine Abfuhr erteilt. Dieser hatte den Antrag gestellt, erst nach der laufenden Wintersaison mit den Kontrollen zu beginnen. Der Kanton setze

alles daran, bis Frühling 2014 eine Lösung zu finden, die für alle annehmbar sei.

Doch an einem Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV) gibt es eigentlich nichts zu rütteln. Spätestens seit Juli 2013 ist die rechtliche Grundlage klar: Der Bundesrat hat den Geltungsbereich des allgemeingültigen L-GAV fürs Gastgewerbe ausgedehnt. Es fallen nun auch gastgewerbliche Dienstleistungen darunter, die in nicht öffentli-

chen Räumen erbracht werden. Und gastgewerblich sind die Dienstleistungen, welche die Tour Operators anbieten. Auf ihren Homepages preisen sie Luxus-Chalets mit Halbpension inklusive täglicher Zimmerreinigung und Wäschewechsel an. Ob die britischen Angestellten den regulären Lohn erhalten, sollen nun die Kontrollen zeigen. Es liegen Verbandsklagen gegen mehrere Anbieter vor. **tl Seite 2**

Kommentar

Wir bleiben auch 2014 für Sie am Branchen-Ball



SABRINA GLANZMANN

Die htr ist glaubwürdig, unabhängig und erfüllt die Erwartungen ihrer Leserinnen und Leser – das ist keine plumpe Selbstbeweihräucherung zur sowieso schon weihrauchschwangeren Festtagszeit. Das sind Fakten, die unsere neuste Leserbefragung schwarz auf weiss ergeben hat.

Die Resultate aus dieser repräsentativen Umfrage von Marktforscher DemoScope (mehr dazu auf Seite 2) sind für unser ganzes Redaktions- und Verlagsteam natürlich ein besonders schönes Weihnachtsgeschenk. Es ist die Bestätigung am Ende eines ereignisreichen Branchenjahres, dass wir mit der Aufarbeitung der Aktualität, der Vertiefung und Gewichtung von Themen aus Hotellerie und Tourismus am Ball waren. Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen und für Ihre Einschätzung der htr hotel revue als die relevante hiesige Branchenzeitung.

Am Ball werden wir auch 2014 bleiben und darüber schreiben, wenn die Vertragspolitik von Buchungsplattformen oder die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative zu reden gibt. Wenn Hotel- und Gastrokonzerte mit Mut und Innovation den Markt betreten. Wenn ein Logiernächteanstieg wie die 3,3 Prozent in der Sommersaison 2013 Hoffnung machen. Nächstes Jahr lesen Sie wieder davon, und bis dahin hält Sie htr.ch auf dem Laufenden.

Wir wünschen Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, frohe und leuchtende Festtage und einen guten Start in ein erfolgreiches, erfülltes 2014.

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



Zeit haben für das wirklich Wichtige:

für Ihre Gäste.

rebagdata hotel management solutions 064 711 74 10 • www.rebag.ch

hotelleresuisse Swiss Hotel Association Profesion Hotelier

protel

Jet-Cut
swiss made
blitzschnell glatte Folienabschnitte

economisiert die Profi-Arbeit

alustar **Partner Jet-Cut**

Ihr Grossist hat's

Illy
CAFE

www.illycafe.ch

ENZLER

HYGIENE IM HOTEL
WO DER GAST ZU
HAUSE IST

www.enzler.com

HUGENTOBLER
Der Schweizer Herd

Perfekte Kombination von Technologie, Qualität und Ästhetik

Innovation bleibt unser Rezept

www.hugentobler.ch • Tel. 0848 400 900

htr intern

htr erhält von der Leserschaft gute Noten

Die Leserinnen und Leser der htr hotelrevue sind in der Mehrheit Entscheidungsträger, interessieren sich stark für wirtschaftspolitische Themen und Branchen-News - und haben damit mit der htr den richtigen Partner gefunden: 89 Prozent der Abonnenten sehen ihre Erwartungen an unserer Zeitung vollauf erfüllt.

Die htr ist mehr denn je die Zeitung der Hotel- und Tourismusbranche. Das zeigen die Resultate der von DemoScope durchgeführten, repräsentativen htr-Leserbefragung 2013. Besonders erfreulich: Für 73 Prozent ist die htr glaubwürdig (alle Konkurrenzprodukte liegen unter 30 Prozent); 48 Prozent bezeichnen sie als unabhängig/neutral (Konkurrenzprodukte bei maximal 20 Prozent). Gut benotet wird in der htr-Leserbefragung 2013 auch das neue Magazin «hotel gourmet weltweit», insbesondere das Angebot an Stories über Hoteliers und Gastronomen.

Wir danken den Leserinnen und Lesern, die sich an der Befragung beteiligten.

Aus der Region

Zürich

Airlines wehren sich gegen Airport-Gebühren



Hansjörg Egger/zvg

Die Swiss wehrt sich gegen die neuen Flughafengebühren. Sie hat am Montag zusammen mit anderen Fluggesellschaften beim Bundesverwaltungsgericht Beschwerde eingereicht. Kritisiert werden vor allem die Bevorzugung des Flughafens und die hohe Mehrbelastung für die Airlines. Die neue Verfügung würde für die Fluggesellschaften eine Mehrbelastung von 115 Mio. Franken zwischen 2014 und 2017 bedeuten, erklärte Swiss-CEO Harry Hohmeister. Das Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) hatte im November die neuen Gebühren am Flughafen Zürich verfügt.

Erster DB/SBB-Bus fährt von Zürich nach München



zvg

Heute Donnerstag fährt der erste Intercity-Bus von Zürich nach München. Dies nachdem alle Bewilligungen vorliegen. Die Fahrt zwischen Zürich und München dauert im Doppeldeckerbus der Deutschen Bahn (DB) 3 Stunden und 45 Minuten. Zwischenhalte gibt es keine. Die Busse verkehren täglich vier Mal in beiden Richtungen. Die Bahn benötigt für die rund 300 Kilometer lange Strecke etwa 4 Stunden und 15 Minuten. Betrieben wird die Buslinie gemeinsam von DB und SBB.



Michael Portmann/zvg

Zermatt kennt das Problem mit billigen Arbeitskräften aus England: Damit soll nun Schluss sein.

Chaletgirls: Jetzt wird kontrolliert

Gegen die Anstellungsbedingungen von sogenannten Chaletgirls durch britische Tour Operators liegen Verbandsklagen vor. Der Kanton Wallis erhält keine Gnadenfrist.

THERES LAGLER

Das Aufsichtsgremium der L-GAV-Kontrollstelle hat am Dienstag einen folgenschweren Entscheid gefällt: Ab sofort werden britische Reiseveranstalter, die im Verdacht stehen, ihr Chaletpersonal in der Schweiz nicht nach den Regeln des Landes-Gesamtarbeitsvertrags (L-GAV) fürs Gastgewerbe zu entlohnen, kontrolliert und allenfalls gebüsst. Dem Aufsichtsgremium lag ein Antrag des Kantons Wallis vor, mit den Kontrollen erst nach der Wintersaison zu beginnen. Dieser Aufschub wurde nun abgelehnt.

«Mindestlöhne werden nicht eingehalten. Das verstösst gegen den L-GAV.»

Marc Kaufmann
Recht & Wirtschaft hotellerieuisse

Kontrollbehörde musste Vorgehen genau abwägen

Einfach machte sich die Aufsichtsbehörde, die sich aus den

Sozialpartnern des Gastgewerbes zusammensetzt, den Entscheid nicht. So gab etwa Stefan Unterhäuser, Leiter Sozialpolitik und Rechtsschutz bei der Hotel & Gastro Union, auf Anfrage der htr hotelrevue vor der Sitzung zu bedenken: «Wir müssen abwägen, was zielführender ist. Wenn wir ab sofort kontrollieren, könnte das eine Prozesslawine auslösen, die bis 2015 andauert. Unter Umständen sind wir rascher am Ziel, wenn der Kanton Wallis die Arbeitsbewilligungen für ausländisches Personal ab April 2014 effektiv an die L-GAV-Bestimmungen knüpft.» Doch Mauro Moretto, der Verantwortliche fürs Gastgewerbe bei der Gewerkschaft Unia, traut diesem behördlichen Versprechen nicht ganz.

«Ich habe da so meine Zweifel, ob sich der Kanton Wallis dann wirklich daran hält. Die Lohn-Problematik der sogenannten Chaletgirls ist seit Jahren bekannt.» Moretto bestätigt gegenüber der htr hotelrevue, dass die Unia Verbandsklagen gegen mehrere britische Anbieter eingereicht hat. Das ermöglicht der L-GAV-Kontrollstelle, aktiv zu werden.

Chalet-Staff unterliegt seit spätestens Juli 2013 dem L-GAV

Spätestens seit Juli diesen Jahres sind die rechtlichen Grundlagen klar: Der Bundesrat hat den Geltungsbereich des L-GAV im Gastgewerbe ausgeweitet. Seither spielt es keine Rolle mehr, ob gastgewerbliche Dienstleistungen in öffentlich zugänglichen Räumen erbracht werden oder nicht: Sie fallen so oder so unter den L-GAV Gastgewerbe. Die britischen Reiseveranstalter hatten in der Vergangenheit häufig argumentiert, ihre Ferienwohnungen und Chalets seien ja nicht öffentlich zugänglich. Marc Kaufmann, Leiter Wirtschaft und Recht bei hotellerieuisse, hat sich auch für sofortige Kontrollen ausgesprochen. «Die Arbeitsverhältnisse unterste-

hen ganz klar dem L-GAV Gastgewerbe. Die Mindestlöhne sind nicht eingehalten, und die Bewilligungspraxis des Kantons Wallis verstösst gegen den Gesamtarbeitsvertrag», kritisiert er. Es gehe auch darum, für alle Anbieter gleich lange Spiesse zu schaffen. Die Hotellerie müsse sich schliesslich auch an den L-GAV des Gastgewerbes halten.

Kanton Wallis verhält sich nicht gesetzskonform

Das Verhalten des Kantons Wallis in dieser Angelegenheit erscheint effektiv ein wenig dubios. Der htr liegt ein Schreiben vor, das an die Gemeinden Zermatt, Saas-Fee und Bagnes (Verbier) sowie deren Hoteliervereine und Tourismusbüros ging. Darin informiert die Dienststelle für Industrie, Handel und Arbeit (DIHA), dass sie Gesuche für Aufenthalts- und Arbeitsbewilligungen gemäss der gängigen Praxis vom Winter 2012-

«Wir bearbeiten Arbeitsbewilligungen nach der bisher gängigen Praxis.»

Dienststelle für Handel und Arbeit
Kanton Wallis

2013 bearbeiten werde. Die Dienststelle setze mit Unterstützung des Departementsvorstehers Jean-Michel Cina aber alles daran, bis zum Frühling 2014 eine Lösung zu finden, die für alle Betroffenen annehmbar sei.

Dieses Spiel auf Zeit schürt bei den Verbandsvertretern den Verdacht, dass der Kanton Wallis die britischen Reiseveranstalter um keinen Preis verärgern will. Die Gründe liegen auf der Hand: Nicht wenige gehen davon aus, dass die Gäste dieser Reiseveranstalter in Ferienorten wie Verbier bis zu 50 Prozent des Umsatzes ausmachen: Profitieren davon dürften in erster Linie Bergbahnen und Detailhandel. Die Hotellerie hingegen sieht sich mit einer zunehmenden Konkurrenz konfrontiert, die ähnliche Leistungen anbietet, ohne die regulären Personalkosten zu bezahlen. Es kommt nicht von ungefähr, dass Franz Schwegler, Präsident des Zermatter Hoteliervereins, das Thema im letzten Mai aufs Tapet brachte.

Fallbeispiel Die Luxuschalets

Britische Reiseveranstalter bieten luxuriöse Ferienwohnungen mit hotelmässigen Dienstleistungen an. Das belegt der nebenstehende Screenshot, den die htr angefertigt hat. Unklar ist, ob die Tour Operators das Personal vom Koch bis zur Hostesse regelkonform nach dem Landes-Gesamtarbeitsvertrag Gastgewerbe entlohnen. Die Gewerkschaft Unia hat gegen mehrere Anbieter Verbandsklagen eingereicht.



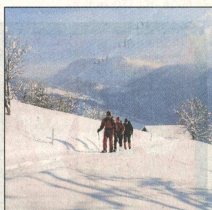
Online-Werbung eines britischen Tour Operators. Screenshot htr

Begehrtes Bus-alpin-Angebot

Bus alpin ist ein Erfolg. Jedes Jahr werden mehr Personen transportiert. Im Winter sind neu vier Regionen im Angebot.

Die Busbetriebe unter dem Dach des Vereins Bus alpin transportierten im Sommerhalbjahr 2013 30 000 Personen. Dies entspricht einem Plus von 16% gegenüber dem Vorjahr oder 6% gegenüber dem bisherigen Rekordjahr 2010, wie die Organisation mitteilt.

Kurz vor dem Aus stand der «Wanderbus» des Naturparks Gantrich in den Berner Vor-



Neu fährt der Bus von Habkern zur Lombachalp. zvg

alpen. Deshalb wurde die Streckenführung des neu «Natur- und Sportbus» genannten Busses

geändert. Neu wurde eine Direktverbindung zum Postauto-Rundkurs um den Gurnigel geschaffen. Das neu konzipierte Angebot wurde von über 600 Personen benützt, die Fahrgastzahl konnte mehr als verdoppelt werden.

Während der Wintersaison ist Bus alpin in vier Regionen im Einsatz. Neu ist der fahrplanmässige Busbetrieb von Habkern zur Lombachalp. In der Region Gantrich verkehrt der bewährte «Schneebus». Der «Snowbus» ist im Naturpark Chasseral unterwegs und der «Alpuschnaager» ergänzt das Postauto-Grundangebot rund um die Moosalp. dst

Ab Januar ist Migros-Tochter Saviva Preferred Partner von hotellerieuisse

Saviva steht für die Verbindung von Industrie und Handel. Ab 2014 in Zusammenarbeit mit hotellerieuisse.

Ab Januar 2014 führt hotellerieuisse mit Saviva einen neuen «Preferred Partner». Unter dem Namen Saviva hatte die Migros-Industrie Anfang Jahr eine Foodservice-Allianzmarke ins Leben gerufen. Saviva verbindet Handel und Produktion: Der neue Name verbindet Sparten der Migros-Industrie wie Bischofszell Culinarium (Herstellung insbesondere von Fertiggerichten), Mérat (Fleisch), Jowa AG (Backwaren), Elsa-Mifroma Service Culinaire (Milchprodukte, Käse) und «gelati» von Midor (Glace) mit dem

Zuliefer- und Abholgrosshandel der Migros. Zu diesen gehören CCA Angherr und Scana. «Die konsequente Verbindung von Handel und Produktion ist auf dem Schweizer Markt einzigartig», betont Saviva-Unternehmensleiter André Hüslter. Die Vertikalisierung ermöglicht es Saviva, auf die spezifischen Bedürfnisse des Gastgewerbes und der Gemeinschaftsverpflegung einzugehen, passende Produkte und Dienstleistungen anzubieten sowie eine optimierte Logistik zu offerieren. gsg

«Wir suchen Nachahmer»

René Dobler kritisiert, dass im Schweizer Tourismus zu wenig auf die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen eingegangen wird. Die Schweizer Jugendherbergen zeigen für ihn den Weg vor.

ROBERT WILDI

René Dobler, wie hindernisfrei ist das Ferienland Schweiz?

Das Ferienland ist ein Abbild der allgemeinen Situation in der Schweiz – wir sind noch weit davon entfernt, die Bedingungen des Behindertengleichstellungsgesetzes von 2004 zu erfüllen und für Menschen mit Behinderungen allgemein zugänglich zu sein. Die Zugänglichkeit für Menschen mit Behinderungen ist gerade bei touristischen Einrichtungen eher die Ausnahme als die Regel.

Welches sind die Ausnahmen?

Bei den Destinationen sind die grossen Städte führend, sie engagieren sich aber nicht in erster Linie aus einem touristischen Antrieb, sondern aus ihrer sozialen und gesetzlichen Verantwortung gegenüber der gesamten Bevölkerung. Am meisten tut sich beim öffentlichen Verkehr. SBB und andere öffentliche Verkehrsbetreiber haben in den letzten Jahren grosse Fortschritte erzielt. Andere touristische Leistungsträger zeigen sich dagegen passiv. Es gibt vereinzelte Ausnahmen, wie das Toggenburg oder Schweiz Mobil.

Was tun diese Anbieter konkret?

Der öffentliche Verkehr tätigt enorme Investitionen, um Verkehrsmittel hindernisfrei zu gestalten. Die schnellsten Fortschritte wurden im Bereich der Informationen erzielt. Im Tourismus gibt es vereinzelt herausragende Initiativen: Schweiz Mobil hat das Projekt der hindernisfreien Wege lanciert, das Toggenburg hat eine Informationsplattform erstellt und versucht, neue Angebote zu kreieren – wie «Spielplätze für alle» – und der TCS baut hindernisfreie Pavillons auf Campingplätzen.

Warum wird nicht mehr getan?

Oft mangelt es an der Ernsthaftigkeit und Professionalität gegenüber dem Thema. Weder die Verbände noch die einzelnen Anbieter kümmern sich konsequent darum. Die soziale Verantwortung wird in dieser Frage kaum wahrgenommen. Solange man nur an Treppenlifte und hindernisfreie Nasszellen denkt, kommt man nicht weiter. Menschen mit einer Behinderung haben besondere Bedürfnisse, manchmal ganz kleine, aber die muss man verstehen wollen, wenn man ihnen gerecht werden will.

Ist das Geld ein Hinderungsgrund?

Die drohende Kostenfalle ist wohl in der Tat das grösste Hemmnis. Wer sich nicht eingehend mit den Bedürfnissen auseinandersetzt, sieht vor allem millionenschwere Investitionen für bauliche Anpassungen, Lifte etc. Hemmend ist aber auch ein psychologischer Faktor - in unserer Gesellschaft sind Begegnungen mit Menschen mit Behinderungen selten. Deshalb bestehen

Zur Person Berater wird Mitglied der Geschäftsleitung

René Dobler schloss an der ETH Zürich das Studium zum Architekten ab und liess sich ergänzend zum Bauökonom ausbilden. Heute ist er Mitglied in den Berufsverbänden SLA und AEC. Seine Arbeit für die Schweizer Jugendherbergen begann Dobler 1993 als externer Berater. Mit einem 10-köpfigen Planungsteam entwickelte er ein Handbuch für den Bau von Jugendherbergen und schaffte neue Strukturen sowie Arbeitsmittel für die Schweizerische Stiftung für Sozialtourismus (SSST). Seit 1999 ist er SSST-Geschäftsleiter sowie stellvertretender Geschäftsleiter der Schweizer Jugendherbergen. tw



René Dobler ortet Mängel beim Zugang zu touristischen Einrichtungen für behinderte Menschen.

ZVG

Ängste und Unsicherheiten. Touristische Anbieter denken zudem, dass sich die übrigen Feriengäste von Begegnungen mit Menschen mit Behinderungen gestört fühlen. Sie erkennen zu wenig, dass die Verbesserungen für Menschen mit Behinderungen auch anderen Gästen zugute kommen, wie Senioren, Familien mit Kinderwagen oder Beinbruch-Patienten.

Soeben haben die Schweizer Jugendherbergen eine Kooperation mit der Stiftung «Denk an mich» lanciert und positionieren sich als Pionier in Sachen behindertengerechte Ferien. Was wurde bislang konkret getan?

Die Schweizer Jugendherbergen verstehen es als Teil des sozialtouristischen Auftrages, ihre Einrichtungen und Angebote für alle Menschen zugänglich zu machen. Insbesondere auch solchen mit einer körperlichen oder geistigen sowie Hör-, Seh- oder Sprachbehinderung, die individuell reisen können oder mit Begleitpersonen unterwegs sind. Schon 2008 hatten wir ein Konzept für hindernisfreie Jugendherbergen erstellt und viele Massnahmen sofort umgesetzt. Unsere Situationsanalyse hat nun ergeben, dass wir

ungenügend über die damals erzielten Verbesserungen informiert hatten. Auf unserer Website gibt es inzwischen zu allen hindernisfreien Jugendherbergen Detailbeschreibungen sowie passende Reiseinformationen zu entsprechenden Angeboten in der Destination. Dank der Zusammenarbeit mit der Stiftung «Denk an mich» geht das Projekt nun sehr rasch voran.

Beinhaltet es weitere Aspekte?

Wir haben etwa alle Mitarbeitenden der Jugendherbergen im Umgang mit Menschen mit Behinderungen geschult. Da geht es auch um Kleinigkeiten wie das Verständnis dafür, wie unangenehm es ist, wenn ein Rollstuhlfahrer zuerst nach dem Schlüssel fragen muss, wenn er das hindernisfreie WC benutzen will. Selbstverständlich wollen wir auch die physischen Hindernisse weiter reduzieren. Aufgrund detaillierter Gebäudeanalysen haben wir bauliche Massnahmenpakete definiert, die wir nun schrittweise umsetzen.

«Dank unserer Vernetzung im Tourismus können wir der Stiftung (Denk an mich) als Türöffner dienen.»

René Dobler
Schweizerische Stiftung für Sozialtourismus

ein hoffnungsvoller Anfang.

Welche Signalwirkung könnten die Jugendherbergen auf andere Tourismusanbieter erzielen?

Wenn wir es schaffen, das Thema auf die touristische Agenda zu bringen. Ängste und Vorurteile abzubauen und dass unsere Arbeit Nachahmer findet, haben wir ganz viel erreicht.

Inwiefern betreiben Sie entsprechenden Lobbying etwa bei hotellerieuisse oder Schweiz Tourismus?

Dank unserer Vernetzung im Schweizer Tourismus können wir der Stiftung «Denk an mich» als Türöffner dienen. Gemeinsam suchen wir mit den Tourismusorganisationen das Gespräch, liefern Inputs und Ideen. Dabei können wir anhand des Beispiels der Schweizer Jugendherbergen aufzeigen, was konkret mit welchem Aufwand erreicht werden kann. Wir wollen die touristischen Vertreter motivieren, das Thema auf ihre Agenda zu setzen und schrittweise spezifische Massnahmen umzusetzen.

Welche Zeichen empfangen Sie von diesen Institutionen?

Es braucht Überzeugungskraft, um die Diskussionen überhaupt zu starten, aber dann zeigen sich die Vertreter offen und interessiert. Das ist

Weshalb sind Sie davon überzeugt, dass ein hindernisfreier Tourismus dem ganzen Reise- und Ferienland Schweiz einen nachhaltigen Nutzen bringen würde?

Allein in der Schweiz gibt es mehrere hunderttausend Menschen mit Behinderungen als potenzielle Gäste. Das ist ein wichtiger Markt. Viele Massnahmen erleichtern gleichzeitig das Reisen für Familien mit Kinderwagen oder bei zeitlich beschränkten Behinderungen wie bei einem Beinbruch. Dazu wächst die Zahl der älteren Reisenden kontinuierlich. Da fällt es doch relativ leicht, das grosse touristische Potenzial zu erkennen.

Standpunkt

Neueröffnungen sorgen für Glanz und Gloria in den Bergen



CHRISTOPH JUEN *

Am 6. Dezember feierte das Hotel «The Chedi Andermatt» nach langer Planungs- und Bauphase seine Inauguration, letzte Woche öffnete in Verbier das «W Hotel» seine Pforten, und mit dem Intercontinental in Davos steht ein weiteres Flaggschiff der Ferienhotellerie vor einem glanzvollen Start. Die Vergangenheit zeigt uns, dass ein Hotel einen unglaublichen Einfluss auf die Ausstrahlungskraft eines Ortes haben kann. Was wären Gstaad oder St. Moritz

«Schöne Hotels ziehen die Schönen und Reichen der Welt an.»

ohne ihre inzwischen historischen Palace-Hotels? Schöne Hotels ziehen die Schönen und Reichen der Welt an und bringen Glanz und Gloria in die ehemals verschlafenen Dörfer. Die einen mögen den Verlust der Ruhe und Authentizität bedauern, aber von den positiven Auswirkungen auf die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit einer Destination profitiert im besten Fall die ganze Bevölkerung. Die drei neuen Hotels können (noch) nicht auf eine lange Geschichte bauen, aber auf die Zukunft. Sie werden beweisen müssen, dass sie bereit sind, Verantwortung zu übernehmen. Glaubt man den Prognosen, dann sollte die Konjunktur im nächsten Jahr weiter anziehen und auch in der Hotellerie wieder bessere Umsätze ermöglichen. Zu wünschen wäre, dass die Hotellerie dadurch auch für Investoren wieder attraktiver wird. Ich wünsche allen Hoteliers und Touristiker einen guten Start in die Wintersaison und einen (auf-)schwung(vollen) Start ins nächste Jahr.

* Christoph Juen ist CEO von hotellerieuisse.

Nachgefragt

Es reicht nach Schnee im Januar und nach Sonne im Februar



Martin Horat, können Sie uns als Muotathaler Witterschmecker verraten, welches Wetter

wir für diese Wintersaison erwarten dürfen?

«Das Hochdruckwetter hält noch etwas an, für den Neuschnee muss man sich bis nach Neujahr gedulden. Im Januar gibt's dann in den Bergen viel Schnee. Der Februar wird eher mild und recht sonnig, das Wetter wird durch stürmische Winde aufgewirbelt. Auch der März verspricht am Anfang schön zu sein, dann wird es aber nochmals kalt und unfreundlich mit Schnee und Regen. Anfang April gibt es eine radikale Schneeschmelze, die einen schönen und warmen Frühling einleitet.» ste

Aus der Region

Oberland
Chalet Service
Wengen neu
bei Interhome



Jungfrau Region

Interhome hat die Chalet Service AG mit Sitz im Zentrum von Wengen übernommen. Damit erweitert Interhome sein Portfolio um mehr als 70 Chalets und Ferienwohnungen im Berner Oberland, wie das Unternehmen mitteilt. Sämtliche Mitarbeitenden von Chalet Service Wengen wurden von Interhome übernommen.

Ja zu Erweiterung
des Sport-
zentrums Gstaad

Die Sanierung und Erweiterung des Sportzentrums Gstaad für 23 Mio. Franken wird von der Gemeinde Saanen mit einem Beitrag von 14 Mio. Franken unterstützt. Gemäss «Berner Oberländer» haben die Stimmbürger von Saanen dies so beschlossen. Ebenfalls genehmigt worden sei ein Betrag von 2 Mio. Franken an Skifuture Saanenland. Für 8,4 Mio. Franken soll ein Trainingsgelände für junge Wintersportler entstehen. dst

Semadeni doppelt nach

Die Bündner Nationalrätin Silva Semadeni reicht einen weiteren Vorstoss zur Stärkung der Saisonhotellerie ein. hotellerieuisse will das Anliegen noch prüfen.

Theres Lagler

Die Saisonhotellerie im Alpenraum stärken: Das will SP-Nationalrätin Silva Semadeni. Sie hat zum Abschluss der Wintersession eine Motion eingereicht, die vom Bundesrat verlangt, Massnahmen zu treffen, um die Finanzierungsbedingungen der Hotellerie zu verbessern. Die Bündnerin denkt dabei an zusätzliche Förderinstrumente wie langfristige zinslose Investitionskredite, partiarische Darlehen oder Beiträge aus spezifischen Fonds.

In ihrer Begründung schreibt Silva Semadeni: «Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH gewährt zwar nachrangige Darlehen, was gut ist, aber offensichtlich nicht genug. Die Banken betrachten die Saisonhotellerie immer noch als Risikobranche. Dies führt zu Finanzierungs-lücken.» Sorgen bereitet Silva Semadeni auch die geltende Verordnung zur Zweitwohnungsinitiative, wie sie auf Anfrage der htr hotel revue erklärt. «Ältere Hotels dürfen erleichtert in Zweitwohnungen umfunktioniert werden. Das ist ein dramatisches Signal: Es lädt Hoteliers in Schwierigkei-

ten förmlich dazu ein, ihr Hotel aufzugeben.» Dabei sei die Hotellerie doch die Schlüsselindustrie in den Tourismusorten.

Politiker jeder Parteilinie unterstützen das Anliegen

Silva Semadeni hatte bereits im März 2012 einen Vorstoss eingereicht, der bessere Rahmenbedingungen für die Hotellerie verlangte. Er war eigentlich in der Septembersession traktandiert, konnte aus Zeitgründen aber nicht behandelt werden. Semadeni befürchtet, dass der Vorstoss im Frühjahr abgeschlossen wird.

Deshalb hat sie nun eine zweite Motion verfasst und kann dabei auf breite Unterstützung zählen. «Im Parlament könnte eine Mehrheit geben», ist sie zuversichtlich. 45 Parlamentarier jeglicher Parteilinie haben unterschrieben, darunter Dominique de Buman (CVP/FR), Präsident des Schweizer Tourismusverbands, SVP-Wortführer wie Heinz Brand (GR) und Guy Parmelin (VD) sowie Hans Grunder (BDP/BE) und Alec von Graffenried (Grüne/BE), Präsident Bern Tourismus. Ihr liege die Hotellerie am Herzen. Sie spiele eine wichti-



SP-Nationalrätin Silva Semadeni verlangt beharrlich zusätzliche Mittel zur Hotelförderung.

ge kulturelle und soziale Rolle in den Dörfern, so Semadeni.

Branchenverband hotellerieuisse gibt sich zurückhaltend

Ihr Engagement stösst bei hotellerieuisse aber trotzdem nicht auf ungeteilte Freude. «Grundsätzlich ist es begrüssenswert, dass sich Nationalrätin Silva Semadeni für die Hotellerie einsetzen möchte. Wir müssen ihre Ansatzpunkte aber noch prüfen»,

führt Monika Güntensperger, Leiterin Wirtschaftspolitik, aus. Vor allem die Kritik an der Zweitwohnungsverordnung lässt der Verband nicht gelten. «Unsere Haltung bezüglich der Gesetzgebung zur Zweitwohnungsinitiative ist klar: Die Umnutzung von alten, unrentablen Hotels als Ultima Ratio ist ein wichtiger Bestandteil der geltenden Verordnung und auch im Gesetzesentwurf so vorgesehen.» Bezüglich Finanzie-

rungsinstrument setzt hotellerieuisse auf die SGH. Der Bundesrat prüft zurzeit, ob das Tätigkeitsfeld der SGH auf Verordnungsebene erweitert werden kann. Die Vernehmlassung wird im Sommer erwartet. Ungeachtet dessen hat die SGH kürzlich bekannt gegeben, dass sie 2014 neu ein Startdarlehen über 10 Jahre zu einem Zins von 2,5% anbietet. Sie will damit der Branche Planungssicherheit geben.

ANZEIGE



Swiss Hotel Association

Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotellerieuisse.ch/partner

Preferred Partner



Ihr globaler Zugang zu kaufkräftigen Kunden



Die massgeschneiderte Versicherung für die Hotellerie



Ihr Spezialist für einen effizienten Energieeinsatz



Ihr Partner im bargeldlosen Zahlungsverkehr



Der Partner rund ums Bett



Wir machen Hotels erfolgreicher. Und dies beweisen wir täglich



Innovative Wünsche aus traditionellem Haus



Backend-Lösung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus



Ihr Partner für die globale Risikoverwaltung



Ihr Partner für massgeschneiderte Kommunikationslösungen

Business Partner

HUBERT

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

KLAFS

MY SAUNA AND SPA

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

TELE

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

Brigels wächst rasant

In Brigels entsteht ein Feriendorf mit 432 ausschliesslich bewirtschafteten Betten. Betreiberin sind die Bergbahnen. Investorin und Eigentümerin ist die Credit Suisse.

CHRISTINE KÜNZLER

Im Dezember 2015 werden die ersten 15 der geplanten 21 Häuser des Ferienresorts Pradas in Brigels eröffnet. Dazu auch das Haupthaus, in dem der Kinder-Club, Wellnessbereich, Empfang, die Technik, Büros, Shops und das Restaurant untergebracht sind. Das Resort bringt der Region 432 warme Betten, wie der Initiant Marcel Friberg sagt, denn alle Wohnungen sind bewirtschaftet. Investorin und Besitzerin des 40-Millionen-Projekts ist Credit Suisse Real Estate Fund Hospitality, das Bauland hat die Gemeinde gestellt. Friberg, Präsident von Graubünden Ferien und Verwaltungsratspräsident der Bergbahnen Brigels Waltensburg Andiast AG, rechnet mit 50 Prozent Bettenauslastung im ersten Jahr.

Betrieben wird das Ferienresort mit seinen 2,5- bis 4,5-Zimmer-Wohnungen von einer noch zu gründenden Tochtergesellschaft der Bergbahnen Brigels Waltensburg Andiast. Friberg geht davon aus, dass das Resort mit fünf festangestellten Personen zu betreiben ist. «Wir lagern einige Leistungen an externe Unternehmen aus», erklärt er, so etwa die Wohnungsreinigung und das Beziehen der Betten sowie die Reinigung der Bettwäsche. Die Leiterin oder der Leiter des Resorts wird gleichzeitig die Verantwortung über die Gastronomie der Bergbahnen übernehmen. Weitere Synergien sollen genutzt werden. So werden etwa



Die ersten 15 der insgesamt 21 geplanten Ferienhäuser des Resorts Pradas in Brigels werden in zwei Jahren eröffnet.

Bilder zvg

die Bergbahnen und die Tourismusorganisation ihre Büros im Haupthaus beziehen und als Infostelle zur Verfügung stehen.

Wohnungen werden auch tageweise vermietet

«Der Standard der Ferienhäuser liegt im 4-Sterne-Bereich», so Friberg. Zu den Wohnungspreisen will er sich noch nicht äussern. «Sie liegen irgendwo zwischen Privà Lodge in Lenzerheide, Hapimag und Reka». Die Auswahl an Services, die der Gast in den Ferienwohnungen (Fewo) beziehen kann, ist relativ klein: Er kann das Frühstück ordern, oder zwischen durch den Reinigungsdienst. «Andere Dienstleistungen wie Skimiete bieten wir im Paket.» Das Restaurant im Resort ist bewusst in bescheidenem Rahmen gehalten. «Wir haben in Bri-

gels gute Restaurants, die zu Fuss schnell erreichbar sind.

Zielpublikum von Pradas sind in erster Linie Familien – aber nicht nur, sagt Friberg, «das Resort ist für alle aktiven Gäste geeignet. Golfplatz, Tennisplatz, die Bergbahnen, die Loipen, Pisten, Bike- und Wanderwege sind in kurzer Zeit erreichbar.» Angesprochen werden die Märkte, die Graubünden Ferien pflegt. Die Schweiz und Deutschland werden von den Bergbahnen zusätzlich direkt bearbeitet. Vertrieben werden die Fewos zudem über Touroperatoren und elektronische Plattformen. Gebucht werden kann online, telefonisch aber auch kurzfristig vor Ort. «Denn wir vermieten die Wohnungen auch tageweise», sagt Friberg.

«Pradas hat eine wichtige Vorbildfunktion»

Die Fewos werden auf einem hohen baulichen Standard realisiert. Das Interieur ist modern, schlicht und warm gehalten. Ein mit Solarkraft beheizter Natursee macht die Anlage zusätzlich attraktiv. Friberg ist überzeugt vom Erfolg des Resorts: «Die Nachfrage nach Ferienwohnungen in Brigels ist grösser als das Angebot. Und die Schweiz ist im Bereich Feriendorf nicht so gut bestückt.» Auf das Resort freut sich auch Roland Huber, Geschäftsführer von Surselva Tourismus AG. «Brigels hat schon mit dem Golfplatz und dem Hotel La Val einen Schub erhalten und entwickelt



«Die Nachfrage nach Ferienwohnungen in Brigels ist grösser als das Angebot.»

Marcel Friberg
Präsident Graubünden Ferien

sich nun zu einem Genusort.» Für Lucas Meier, Fondsmanager CS REF Hospitality, nimmt das Projekt im Jahr nach der Zweitwohnungsinitiative eine wichtige Vorbildfunktion ein. «Pradas zeigt auf, wie die öffentliche Hand, touristische Unternehmen und Investoren auch in Zukunft Neubauprojekte im Alpenraum umsetzen können. Der minimale Landkaufpreis sowie der abgeschlossene Pachtvertrag mit den Bergbahnen führen zu einer entsprechenden Verzinsung der Investitionen und garantieren den Betrieb.»

Der Credit Suisse Real Estate Fund Hospitality ist bisher der einzige Immobilienfonds, der auch in Wohnliegenschaften im Alpenraum investiert. «Bei der Standortwahl bewerten wir sowohl die Makro- als auch die Mikrolage und legen grossen Wert auf das wirtschaftliche Umfeld», sagt Meier. In einer touristischen Region seien zudem deren Bekanntheitsgrad und Infrastruktur ein wichtiger Punkt. «Weiter bewerten wir auch das Potenzial einer Investition. Brigels etwa ist eine über die Schweiz hinaus bekannte Familiendestination mit einem tollen Skigebiet und einem Dorfcharakter, wie man es sich als Feriengast wünscht.»

Aus der Region

Ostschweiz

Umweltverbände gegen Ausbau des Schabellgrates

Gegen den Ausbau des Schabellgrates bei Elm im Kanton Glarus zu touristischen Zwecken wehren sich Umweltverbände. «Sie gelangen nach Ablehnung einer Einsprache mit einer Beschwerde an den Glarner Regierungsrat. Insbesondere die Aussichtsplattform auf dem 2126 Meter hohen Gipfel des Schabell sowie die 45 Meter lange Hängebrücke sind in der Einschätzung der Umweltverbände nicht gesetzeskonform.

Zentralschweiz

Gestaltungsplan für Bürgenstock Resort liegt auf



ZVG

Der überarbeitete Gestaltungsplan für das Bürgenstock-Resort ist vom Kanton Nidwalden genehmigt worden und liegt öffentlich in Stansstad und Ennetbürgen auf. Gemäss der «Neuen Luzerner Zeitung» ist vor allem das Park Hotel betroffen. Das Siegerprojekt Goldfinger bestehe nicht mehr aus zwei Gebäuden, sondern aus einem einzigen L-förmigen Gebäude. Geplant sind nach wie vor 102 Zimmer. Neu soll auch eine Terrasse für die Öffentlichkeit gebaut werden.

Liechtenstein

Rückgang der Logiernächte im Sommer

Im Sommer 2013 haben die Liechtensteiner Hotels im Vergleich zur entsprechenden Vorjahresperiode 2,8% weniger Logiernächte verzeichnet. Von Mai bis Oktober wurden insgesamt 60 700 Übernachtungen registriert, wie das statistische Amt in Vaduz mitteilt. Davon entfielen 17 000 Logiernächte auf die Alpenhotels in Steg und in Malbun sowie 43 700 auf die Hotels im Rheintal. Die Alpenhotels konnten sich steigern, ihre Logiernächtezahl liegt um 10% über jener des Vorjahres. dst

Danksgagung



Das Interieur der Ferienwohnungen ist schlicht und modern.

Kooperation trägt Früchte

Thun-Thunersee Tourismus führt den Anstieg der Logiernächte auf die Zusammenarbeit mit Interlaken Tourismus zurück.

Mit 3,4% mehr Logiernächten im ersten Halbjahr 2013 in Interlaken und 2% mehr an Thunersee liegen diese klar über dem Vorjahr, wie an der Delegiertenversammlung von Thun-Thunersee Tourismus aufgezeigt wurde. In der Stadt Thun wurde von Januar bis Juni gar ein Plus von 6% verzeichnet. «Vor allem die Frequenzen der

neuen Gäste aus dem arabischen Raum, Südamerika, China und Südostasien sind dieses Jahr in der

Stadt Thun besser und ermutigend», betonte Michael Roschi, Geschäftsführer von Thun-Thunersee Tourismus. Doch gingen die europäischen Märkte dabei nicht vergessen.

Dank der Kooperation mit Interlaken Tourismus werde auch in diesen Märkten einiges mehr an Präsenz erreicht. Als neue Gästekarte wird Thun-Thunersee Tourismus per 1. März

2014 die «Panoramacard Thunersee» für alle Übernachtungsgäste einführen. Damit wird beabsichtigt, neue Gäste anzuziehen und die Aufenthaltsdauer zu erhöhen.

Mit der neuen Karte fahren die Gäste zum Beispiel in der ganzen Region gratis mit Bus und Postauto und erhalten

50% Rabatt auf ihren Bergausflug. Auch nutzen sie ausgewählte Wellnessleistungen rund um den Thunersee mit Rabatten bis zu 50%. dst

«Die Kooperation mit Interlaken Tourismus bringt uns mehr Logiernächte.»

Michael Roschi
Thun-Thunersee Tourismus

Wir danken allen herzlich, die sich in den schweren Stunden des Abschieds von unserer lieben

Magaretha «MÄGI» Burkhardt-Bühler

18. März 1952–14. November 2013

mit uns verbunden fühlten. Es ist schön, dass Mägi ein Leben inmitten so vieler liebenswerten Menschen verbringen durfte. Die grosse Anteilnahme und die zahlreichen Beweise der Verbundenheit haben uns tief berührt.

Wir danken insbesondere allen, die sie während ihrer Krankheit unterstützt, gepflegt und mit ihr unbeschwert Stunden verbracht haben.

Die erhaltenen Spenden werden im Sinne von Mägi den Kindern des Kinderheims Aeschbacherhuus in Münsingen zugute kommen.

Thun, im Dezember 2013

Die Trauerfamilie

Humor in der Höhenluft

Zehn Tage lang lachte in Arosa die Sonne und mit ihr 18 541 Besucher am Humor-Festival. Das ist ein neuer Publikumsrekord und brachte dem Bündner Ferienort erneut rund 15 000 Logiernächte. Am Sonntag endete das **Comedy-Fest** mit dem traditionellen VIP-*Apéro*.

NATALIE-PASCALE ALIESCH

Vor herrlicher Bergkulisse und bei schönstem Sonnenschein trafen sich anlässlich der 22. Ausgabe des Arosa Humor-Festivals regionale Gäste zum traditionellen VIP-Anlass. Rund 100 Personen aus Arosa und Umgebung folgten der Einladung des Organi-

sationskomitees, darunter Vertreter aus Hotellerie, Gastronomie, Gewerbe von Arosa und mehrere kantonale und regionale Politiker. In lockerer Atmosphäre genossen die Gäste ein ungezwungenes Beisammensein. Sie verpflegten sich mit regionalem Wein und köstlichen Bündner Plättli, frisch

angeliefert von der Tschuggen-hütte Arosa. In seiner Ansprache lobte Tourismusdirektor Pascal Jenny die gute Zusammenarbeit mit allen Partnern, und Festival-Direktor Frank Baumann unterhielt die Gäste mit Anekdoten vom Event.



Das **Humor-Festival** lockte in zehn Tagen 18 541 Besucher ins Festival-Zelt bei Arosa, in welchem Künstler mit ihren Darbietungen die Lachmuskeln der Gäste arg strapazierten.

Bilder zvg / Arosa Tourismus



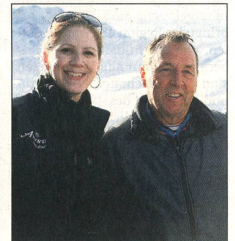
Silvia Kuster, Arosa Tourismus, mit **Ludwlg Waidacher**, Grossrat, und seiner Tochter **Monika** (v.l.).



Rolf Bucher, Direktor Sunstar Alpine Hotel Arosa, mit **Astrid** und **Thomas Häring**, Gastgeber Hotel Hof Maran.



Pascal Jenny, Direktor Arosa Tourismus, Regierungsrätin **Barbara Janom Steiner** und Ehemann **Rolf A. Steiner**.



Rebekka Känzig, Arosa Bergbahnen, und **Michi Eugster**, Zeltchef.

Nachhaltiger Bergtourismus



Setzen sich für nachhaltigen Bergtourismus ein (v.l.): **Urs Wohler**, Direktor ESSVM, **Maria Lezzi**, Direktorin ARE, **Stefan Forster**, Leiter ZHAW Forschungsbereich Landschaft und Tourismus.

In Scuol diskutierten Fachleute über klimafreundliche und naturnahe Angebote für den alpinen Tourismus.

Im Rahmen des «International Mountain Day» organisierten DEZA, ARE und das Seco diverse Infoveranstaltungen. Über 70 Vertreter von DMOs, Naturschutzorganisationen sowie Touristiker und Regionsvertreter diskutierten im Unterengadin über neue Ideen für einen nachhaltigen Bergtourismus. Weitere Tagungen fanden in Bern und Le Châble (VS) statt.

Sursilvaner Küche in Zürich

Fünf **Bündner Spitzenköche** aus der Surselva boten rund 150 Gästen im Zürcher Spezialitätenrestaurant «Loft Five» «Genuss pur».

Bei einer weiteren Ausgabe von «Genuss pur» brachten die renommierten Chefköche der Surselva Corsin Cavegn, Manuel Reichenbach, Guido Sgier, Andreas Baselgia und Rudolf Müller sowie die Surselva Tourismus AG die Gäste im «Loft Five» ins Schwärmen. Am abwechslungsreichen Flying-Dinner wurde ein 5-Gang-Gourmet-Menü mit 20 Sursilvaner Gerichten serviert.



Sie brachten «**Genuss pur**» aus dem Vordererheintal nach Zürich: Vertreter von Surselva Tourismus und die hochdekorierten Top-Gourmet-Köche.

Sesselrücken

Neuer Vorstand des Papiliorama-Fördervereins



Nationalrat und STV-Präsident **Dominique de Buman** (Bild) ist an der Hauptversammlung des Fördervereins «Freunde des Papilioramas» neu in den Vorstand gewählt worden. Ebenfalls neu im Vorstand ist **Elisabeth Rüegg**, Direktorin Regionalverband See, und **Ken Krähenbühl**, Filialleiter der FKB Kerzers. Die Versammlung hat auch eine Namensänderung beschlossen. Aus dem Förderverein «Freunde des Papilioramas» wird neu «Pro Papiliorama».

Neuer Leiter für Ovaverva in St. Moritz



Marco Michel (35) ist vom Gemeindevorstand St. Moritz zum neuen Betriebsleiter des Ovaverva Hallenbad, Spa & Sportzentrum und zum Leiter Touristische Infrastruktur gewählt worden. Seine neue Position wird Michel am 1. Februar 2014 antreten. Für die Phase vor und nach der Eröffnung am 5. Juli 2014 des sich aktuell im Bau befindlichen, neuen Ovaverva Hallenbad, Spa & Sportzentrum wird er die Verantwortung für alle unternehmerischen Belange des Grossbetriebes tragen.

Uri Tourismus erhält eine neue Geschäftsführerin



Martina Stadler (Bild) ist vom Verwaltungsrat der Uri Tourismus AG zur neuen Geschäftsführerin gewählt worden. Ab dem 1. April 2014 wird die studierte Tourismusfachfrau die Nachfolge von **Claudia Zraggen** antreten. Seit dem 1. März 2013 ist Martina Stadler bei der Uri Tourismus AG als Leiterin Marketing und Verkauf tätig. Sie hat an der höheren Lehranstalt für Tourismus in Österreich die Matura und danach in Chur an der HTW den Bachelor of Science in Tourism absolviert.

Grand Hotels Bad Ragaz mit neuem Hotelmanager



Thomas Berchtold (Bild) ist neuer Hotelmanager für das Grand Hotel Quellenhof & Spa Suites und das Grand Hotel Hof Ragaz. **Peter P. Tschirky**, der nach der Pensionierung von **Riet Pfister** Anfang 2013, in seiner Funktion als Vorsitzender der Geschäftsleitung, auch die operative Leitung der Grand Hotels Bad Ragaz übernahm, hat mit Thomas Berchtold Verstärkung in der Hoteldirektion erhalten. Bisher war Berchtold als Vizedirektor der Hotels für den Bereich Rooms Division verantwortlich.

Stabsübergabe in Geschäftsstelle der Zürcher Hoteliers



Marianne Dobler-Müller (rechts) übernimmt per 1. Januar 2014 die Führung der Geschäftsstelle der Zürcher Hoteliers von **Judith Irniger** (links), die das Amt während 18 Jahren innehatte. Marianne Dobler-Müller hofft, einen gut gefüllten «Rucksack» für die neue Aufgabe mitzubringen. Sie war früher als Leiterin von Betrieben in der Hotellerie und dem Gesundheitswesen tätig. Zudem hatte sie ein Standbein im Bereich Berufsbildung (Mitinitiantin und Leiterin von www.visite.ch).

Neuer Leiter Operations im KKL Luzern



Xander Seiler (Bild) heisst der neue Leiter Operations/COO im KKL Luzern. Er wird seine neue Position als Mitglied der Geschäftsleitung per 27. Januar 2014 antreten. Seiler ersetzt **Dominik Isler**, der das KKL Luzern nach sieben Jahren verlässt und CEO des «Kaufleuten» Zürich wird. Der ausgebildete Wirtschaftsingenieur Xander Seiler ist seit 2003 im Tourismus-Umfeld tätig. Während der vergangenen fünf Jahre stand er den Sportbahnen Melchsee-Frutt vor.

Confiance d'hôteliers

Les grands hôtels de l'Arc lémanique sont sereins. 2013 a été favorable et, malgré une visibilité réduite, les perspectives pour la nouvelle année incitent à l'optimisme.

MIROSLAW HALABA

Notre carnet de commandes est plus fourni aujourd'hui qu'en 2013 à pareille époque», déclare François Dussart, directeur du Beau-Rivage Palace à Lausanne. Son homologue de l'Hôtel Mövenpick à Lausanne, Christian Kramer, abonde dans ce sens: «Je suis assez optimiste pour 2014. Nos budgets sont en hausse.» Ces propos illustrent bien les sentiments qui, dans l'ensemble, animent les patrons des établissements hôteliers de l'Arc lémanique à la veille de la nouvelle année.



«Je suis assez optimiste pour 2014. Nos budgets sont en hausse.»

Christian Kramer
Dir. Hôtel Mövenpick, Lausanne

L'institut de recherches conjoncturelles BAK Basel l'avait écrit fin octobre: la reprise qui a marqué l'année touristique 2013 se poursuivra en 2014. Divers facteurs permettront aux hôteliers d'envisager de bonnes affaires. «Le planning des événements prévus à Genève est plus favorable que l'an passé, avec, par exemple, en avril, Index, le salon des textiles non-tissés», explique Paul Müller, directeur du groupe Manotel.

Des performances égales voire supérieures à l'année précédente

Le ramadan, qui ces dernières années a fortement influencé la présence de la clientèle du Moyen-Orient, aura lieu à des dates plus favorables en 2014, soit du 28 juin au 28 juillet. La croissance devrait, par ailleurs, se renforcer. La Banque nationale suisse prévoit une hausse du PIB de 2% contre 1,5 à 2% en 2013.

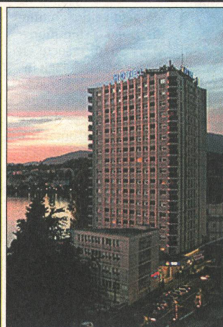
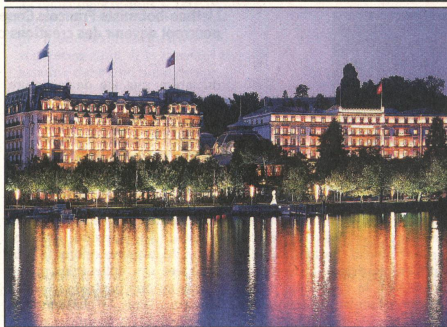
L'année qui s'achève aura permis à l'hôtellerie lémanique de réaliser des performances égales, voire meilleures que celles enregistrées l'année précédente. «En termes de nuitées, nous termine-

rons l'année sur le niveau 2012, mais le chiffre d'affaires en restauration a pu être augmenté», indique Roland Hauri, directeur de l'Hôtel Mirabeau à Lausanne. «Grâce à un bel été, 2013 ressemblera comme une goutte d'eau à 2012 qui avait été un excellent millésime», note Thierry Lavalley, directeur du Grand Hotel Kempinski de Genève.

«Compte tenu du fait que nous avons des travaux de rénovation durant une bonne partie de l'année, nous sommes relativement satisfaits de l'exercice», commente François Dussart. «L'année s'est très bien passée. Nous avons beaucoup investi en rénovations au cours des dernières années et le changement d'image que cela a induit commence à porter ses fruits», explique Stéphane Compagnon, directeur de l'Eurotel Riviera, à Montreux. Au Montreux Palace, le directeur Michael Smithuis est satisfait aussi: les nuitées se sont accrues d'environ 5% et le chiffre d'affaires de 11%.

Un nouveau défi: gérer les réservations de dernière minute

L'environnement dans lequel se déroule cette activité hôtelière présente cependant des caractéristiques qui donnent du fil à retordre à ses acteurs. L'absence de visibilité, due aux réservations de dernière minute, en est une. «Il est extrêmement difficile pour un chef d'entreprise de prévoir et de s'organiser en conséquence», dit Thierry Lavalley. Le style de management a beaucoup changé. Il faut apprendre à gérer et à décider très rapidement.» Ce phénomène a des conséquences dans tous les domaines d'activité. «Quand on ne peut pas planifier,



A l'image du Montreux Palace, du Beau-Rivage de Lausanne et de l'Eurotel Riviera de Montreux, les grands hôtels de l'Arc lémanique bouclent l'année sur une note positive.

les frais sont plus élevés, notamment en personnel et en marchandises», note Paul Müller.

Outre le manque de visibilité, les hôteliers font état d'autres préoccupations. «L'évolution européenne me fait un peu peur. Les marchés espagnol, italien, grec ont drastiquement chuté», dit Roland Hauri. Parler de l'Europe, c'est aussi parler de l'euro. «Par rapport aux autres pays européens, nous sommes toujours beaucoup plus chers», note Michael Smithuis. Pour Paul Müller, ce sont les projets en matière de fiscalité qui l'inquiètent. «Genève va-t-elle rester une ville attrayante pour les grandes sociétés internationales?», se demande-t-il. Quant à Stéphane Compagnon, il évoque la votation sur le salaire minimum qui pourrait être lourd pour la branche.

En bref

Vaud

Fusion accomplie dans les Alpes vaudoises

Les offices du tourisme de Lavey, Bex, Gryon, Villars et des Diablerets ont fusionné, donnant naissance à une nouvelle destination. Cette fusion intervient au terme de deux ans de travail et concerne 30 professionnels. La direction générale est confiée à Serge Beslin, directeur de Villars Tourisme. La destination disposera d'un budget de 4 millions de francs et entrera en vigueur le 1er janvier.

Fribourg

Deux chefs pour les sites d'expositions

Les sites d'expositions de Forum Fribourg et d'Espace Gruyère auront finalement chacun un directeur pour succéder à Duri Mathieu (htr du 21.11.13). Les conseils d'administration annoncent dans un communiqué la nomination de Marie-Noëlle Pasquier pour diriger Espace Gruyère et de Joseph Vonlanthen pour Forum Fribourg. Ils intégreront le comité de direction chargé de définir un modèle d'organisation. Cette phase de réflexion sur l'avenir des sites devrait durer jusqu'en été 2014. Durant cette période, les sociétés bénéficieront du support de Fri-Up. L'orientation stratégique doit être encore validée par le Conseil d'Etat. lb

ANNONCE

Joutes humoristiques entre Neuchâtelois et Fribourgeois

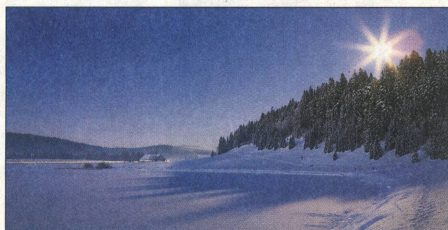
Tourisme Neuchâtelois invite les Fribourgeois à venir se rafraîchir à La Brévine. Réponse amicale hors bouillard.

Avec humour les Neuchâtelois rendent la pareille aux Fribourgeois. Tourisme Neuchâtelois propose une action «Grand froid dans la vallée de La Brévine pour les Dzodzets qui n'ont pas froid aux yeux». Les Fribourgeois qui oseront profiter du bel hiver sibérien des Montagnes neuchâteloises par des températures égales ou inférieures à dix degrés seront récompensés. Par un verre d'absinthe et une fondue au fromage à moitié prix; une manière de prouver la qualité des nombreuses fromageries artisanales de la région.

le biais de la webcam de La Brévine. La liste des sept restaurants participants est disponible sur le site, dont le lien figure ci-dessous. Ainsi, Tourisme Neuchâtelois adresse un clin d'œil à l'Office du tourisme de Moléson qui a proposé l'automne dernier l'offre suivante: «S'il y a du brouillard à Neuchâtel, 50% de réduction of-

fert sur les remontées mécaniques.» La Brévine continue à jouer la carte du froid pour attirer des visiteurs dans sa région. La Fête du froid se déroulera les 7 et 8 février prochains. La destination détient toujours le record national avec -41,8 degrés. aca

www.vallee-brevine.ch



Les paysages de la vallée de La Brévine s'offriront avec un supplément d'humour aux hôtes Fribourgeois.

Ido Vincent Bourrut



Avec TELE, les incontournables en un clin d'œil.

Le plus grand magazine de programmes TV de Suisse incluant les chaînes numériques! Semaine après semaine, TELE vous offre la grille de programmes la plus complète avec plus de 90 chaînes par jour. Son planificateur de films très pratique montre en un clin d'œil les programmes à ne pas manquer. Commandez dès à présent TELE pour vos hôtes, à des conditions avantageuses. Informations et commande au 0800 851 951, par mail marketing.pm@axelspringer.ch ou sur www.tele.ch.

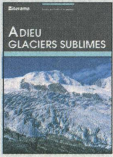


ALLEZ À L'ESSENTIEL.

Livre

Valais

L'adieu aux glaciers sur papier glacé



Regards d'homme sur les glaciers, entre fascination et effroi. En moyenne, 98% des 680 glaciers valaisans reculent chaque année de 5 à 30 centimètres. «Adieu, glaciers sublimes» présente les défis liés à la fonte des glaciers en Valais, défis en termes de gestion de l'eau et de sécurité. Richement illustré et documenté, l'ouvrage dévoile au fil des 165 pages le mouvement glaciaire. Les auteurs racontent la vie et la mort des glaciers, leur naissance d'une goutte d'eau glacée, leur moteur reposant sur la force de la gravitation, leur fonte causée notamment par le réchauffement climatique. Un phénomène en constante évolution, faisant l'objet d'observations et de recherches scientifiques. Des légendes apportent une respiration entre chaque chapitre. Un moyen de rappeler le côté mystique et sauvage de ces paysages indomptables.

lb
Françoise Funk-Salamé et Charly Wulloud, «Adieu, glaciers sublimes», éd. Monographic, Sière, CHF 39.-

L'écume de flouve des jours

De la nature sauvage à l'assiette esthète gorgée de secrets, un ethno-botaniste et un chef guident les papilles à travers pièges et délices. Quand l'anchois rencontre la mâche.

ALEXANDRE CALDARA

Cela peut se lire comme un polar scientifique: «Dès qu'un insecte en frôle une, elle réagit instantanément en s'inclinant avec force vers le centre de la fleur, déversant son pollen sur le dos de l'insecte.» L'ethno-botaniste François Couplan évoque ainsi la fleur jaune de l'épine-vinette. Dans la poêle de Carlo Crisci et dans une cuillerée à soupe d'huile d'olive, on retrouve les petits fruits rouges vifs que les fleurs produisent. Le chef du Cerf de Cossonay (2 étoiles Michelin, 18 points GM) les sert avec un foie de canard poêlé; un jus de café et une brunoise de radis chinois. Elles forment une sorte de couronne dans l'assiette. Tourner les pages de «Vertiges des saveurs»



tend vite vers l'addiction. Tant la succession entre les planches botaniques, les fleurs et plantes dans leurs biotopes et le résultat souvent radical, parfois canaille semblent participer à une même mélodie ou la clé de sol prend celle des champs. Dans la préface revient le swing du batteur Daniel Humair, il qualifie Carlo Crisci de «musicien des saveurs» et François Couplan de «guide suprême



L'ethno-botaniste François Couplan et le chef Carlo Crisci découvrent en forêt des senteurs qui pourront devenir des créations culinaires.

ltd Jack Varlet

du jardin sauvage de la nature bienfaitrice.»

Les photographies de Jack Varlet fixent la plante dans son milieu naturel, comme le polyode vulgaire au milieu des pierres. Puis met en scène habilement les plats graphiques et morcelés avec un écho de tiges, de rameaux, de pétales. On apprend que les fleurs de la flouve odorante sont groupées «en épillets eux-mêmes réunis en une panicule allongée en forme d'épi». Le chef transforme la plante en écume: «Coupez la flouve en petits morceaux avec des ciseaux et pilez dans un mortier avec un peu de fleur de sel.

Faites légèrement griller à sec la poudre obtenue.» Il la sert avec une marinade de vernis, les coquillages devenus fines lanières. Et si le plat délivre une odeur particulière, François Couplan nous informe que la flouve comprend de la coumarine. Chaque notice comprend des précautions d'emploi: «Mais attention, de fortes doses de plante de coumarine peuvent provoquer des maux de tête et des troubles digestifs.» Toute aventure sérieuse comprend sa dose de danger.

Comme lorsque l'on écoute la météo marine, on plonge dans un monde aux consonances incon-

nues, «où la rocambole dégage au froissement une très nette odeur d'ail». Avec un croustillant de lard confit elle dialoguera avec lierre terrestre, fin ragout de lentilles vertes et dents de lion. Parfois comme avec le houblon, le botaniste le recommande simplement jeté dans une omelette. Alors que le chef se risque à un velours de houblon pour accompagner des frioles de grenouilles. Qui pensait que houblon croasse sous dent?

Carlo Crisci & François Couplan, Photographies de Jack Varlet, «Vertiges des saveurs», éditions du Belvédère, 223 pages, 32 fr. 70. www.hotelleriesuisse.ch/librairie

ANNONCE

htr hotel revue

Chères lectrices, chers lecteurs,
Chers annonceurs, chers clients

Nous vous remercions sincèrement de la confiance que vous avez témoignée cette année à l'égard de notre journal, de notre portail d'informations et de notre magazine.

Nous vous souhaitons à vous et vos proches de joyeuses fêtes de fin d'année ainsi qu'une belle, heureuse et fructueuse nouvelle année.

La rédaction et l'édition

Le talent derrière la bulle de sucre

Julien Maslanka, chef pâtissier à l'Intercontinental de Genève, revisite les classiques de Noël. Après trois ans auprès du chef Georges Blanc, il fait bénéficier le palace de son talent.

LAETITIA BONGARD

Lorsqu'il interprète la bûche de Noël, cela devient: pain de Gênes à la pistache de Sicile et crème bavaroise à la pistache, surmontée d'un cylindre crémeux à la mandarine, décoré d'un glaçage à la même agrume et meringues. De la douceur pour briser les codes de la diplomatie. L'Hôtel Intercontinental de Genève, situé dans le quartier des Nations, peut compter depuis un peu plus d'un an sur les talents du chef pâtissier Julien Maslanka pour faire fondre même les palais les plus résistants.

Si l'histoire ne dit pas combien d'accords ont été signés au moment du dessert, un autre chiffre atteste de sa créativité: «Nous servons environ 20% de desserts en plus le soir au restaurant Woods», indique Thibaut Drège, directeur food & beverage de l'hôtel 5 étoiles. C'est lui qui a engagé Julien Maslanka alors qu'il était chef pâtissier chez Georges Blanc. Jeune prodige de la pâtisserie puisqu'il n'avait que 23 ans lorsqu'il a rejoint l'équipe du chef triplement étoilé de Vonnas, en France.

Le sucre aussi fin que du papier à cigarette

Pour les fêtes, le chariot à pâtisserie du bar «Les Nations» se garnit de quelques créations de saison. Intrigante «Boule de Noël»,

une coque de chocolat blanc couverte de flocage rouge à l'effet de velours, posée sur un sablé breton. A l'intérieur, une mousse au chocolat lacté et compotée de fruits des bois. «Julien sait très bien travailler le chocolat et le sucre, qu'il rend aussi fin que du papier à cigarette, c'est mervell-



Religieuse aux nougates, dôme chocolat caramel beurre salé. ldd



La «Poire de chasse», autour d'une mousse au chocolat. ldd



Boule de Noël aux fruits des bois et chocolat lacté. lb

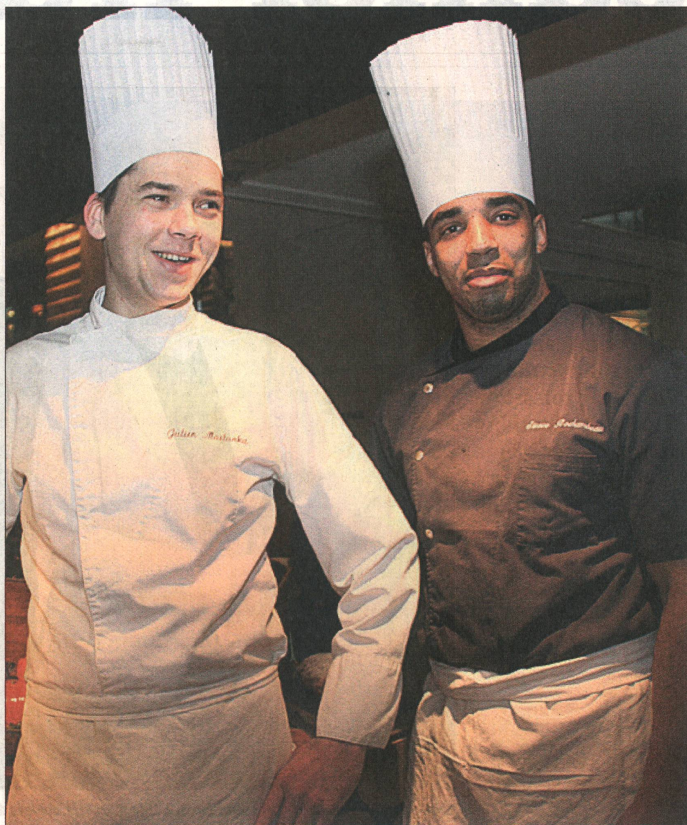
leux», commente Thibaut Drège. Dans la bouche du chef, cela donne: «J'aime beaucoup travailler le sucre.» Simplicité et modestie, dans les gestes et les paroles. Une attitude qui se retrouve en cuisine. «Je suis favorable à une cuisine franche et directe, on m'a appris à accorder une grande importance au choix des produits.» La crème double de la Gruyère fait partie des produits suisses qu'il a découvert récemment. Il la travaille en espuma dans une bulle de sucre, accompagnée d'un coulis de framboises et de meringues.

Une de ses règles d'or: soigner le goût. «La clientèle semble accorder beaucoup d'importance à ce qui est beau. Alors qu'il faut avant tout que ce soit bon!» Il s'amuse à revisiter les classiques: le mille-feuille avec insert de pommes caramélisées et crème à la vanille bourbon, accompagné d'un sorbet gentiane. La crème suzette vanillée se dote de redoutables alliées, une glace au beurre noisette, une bulle de sucre garnie d'une espuma à la mandarine.

Pâtisserie de palace, un moyen d'«agrandir le savoir»

Délicat équilibre des saveurs et des textures, recherche de finesse et de légèreté. Une rigueur inspirée de son mentor, le chef Georges Blanc, «celui qui lui a accordé sa confiance, don't le plaisir de travailler». La cuisine de palace constitue un nouveau défi, une facette du métier qu'il n'avait pas encore expérimenté. «J'y vois l'opportunité d'agrandir le savoir. Il s'agit d'un autre univers, une organisation complètement différente. Je gère de gros volumes, par exemple toute la partie banquets que je connaissais beaucoup moins.» Une clientèle internationale qui l'amène à découvrir le cheesecake ou à désucrer au maximum ses desserts pour satisfaire les hôtes asiatiques.

Âgé de 27 ans, Julien Maslanka suit son instinct, cherche à créer sa propre signature. «J'évite de lire



Le chef pâtissier Julien Maslanka et son second Steve Rochambeau profitent de la période des fêtes pour redécouvrir certains classiques gourmands.

Laetitia Bongard

les magazines de pâtisserie, je ne veux pas être influencé.» Thibaut Drège l'observe évoluer: «Il a une très forte vision de ce que doit être la pâtisserie, sa jeunesse le pousse à une perpétuelle recherche.»

Le chef apprécie les critiques, les exigences élevées. Il souligne la contribution de son second, Steve Rochambeau, dont il relève l'expérience au Trianon Palace de Versailles, «une très belle maison». Complémentarité et complicité des savoir-faire: «Il apporte la petite touche chic parisienne.»

Julien Maslanka sort du four des Stollen, recette importée de son Alsace natale. «Noël, c'est finalement l'occasion de redécouvrir certaines traditions», dit-il. Odeur de pain brioché, d'oranges confites, d'épices. De la simplicité pour réveiller la magie d'enfance.

Assiette en fête Le voyage culinaire du chef Pouch, de l'Atlantique au Népal

Au restaurant Woods, le menu de Noël incorporera en entrée les épices de Noël au foie gras de canard poêlé, condiment de mangue et bouillon parfumé. Proposition du chef Jean-Sébastien Pouch, autre trouvaille de Thibaut Drège, qui a notamment officié aux côtés d'Eric Fréchon au Bristol de Paris (3 étoiles Michelin).

La suite du menu se composera d'une sole de l'Atlantique laquée à la bisse d'écrevisse, topinambour et jus iodé; d'un médaillon de veau rôti à la truffe blanche, racines hivernales glacées dans un jus crémeux au poivre du Népal. Le voyage culi-

naire se poursuivra avec un pré-dessert, transition vers l'univers sucré de Julien Maslanka: une bille de poire passionnée aux éclats de sucre pétillant. Le palais prêt à accueillir la boule de Noël au chocolat épicé, marmelade de fruits confits et glace nougat.

«Le chef n'intervient pas dans mes créations, mais me donne son avis», dit Julien Maslanka. Complicité et respect. Au moment de prendre la pose, Jean-Sébastien Pouch observe discrètement la scène, son pâtissier sous les feux de la rampe. Regard bienveillant et complice. Un duo harmonieux. lb

Guide du Jura sans frontière

La France et la Suisse réalisent pour la première fois un guide touristique commun. Edité à 18 000 exemplaires, le «**Rotard du Jura franco-suisse**» est sorti hier en librairie.

De la route de l'absinthe au patrimoine horloger en passant par les circuits des tourbières. Le Jura invite à jouer à saute-mouton avec ses frontières. Fruit d'une année de travail, le premier Guide du Rotard transfrontalier est sorti hier en librairie.

Le guide du Jura franco-suisse présente en 440 pages les points d'intérêts de la région: ses sites naturels, son patrimoine industriel, architectural, gastronomique, culturel, ses bonnes adresses en matière d'hébergement et de restauration. Edité par Hachette à 18 000 exemplaires, le guide est diffusé en France, en Suisse, en Belgique, au Luxembourg ainsi qu'au Canada.



Les activités équestres, l'un des atouts du Jura. swiss-image.ch

www.hotelleriesuisse.ch/librairie

Le Rotard Jura franco-suisse 2014, éditions Hachette, CHF 24,10.

partir à sa rencontre, même pour les initiés. «Connaissez-vous la Forêt du Risoux, le Château de Joux, l'histoire horlogère de La Chaux-de-Fonds et du Locle, les Gorges de Douanne?», interroge l'association sur son site. «Ce Guide du Rotard vous permettra d'en savoir davantage mais aussi de découvrir des endroits propres à l'Arc jurassien que vous ne connaissez pas forcément.»

Côté suisse, le guide couvre les cantons de Neuchâtel et du Jura avec quelques incursions dans le Jura bernois et le Nord-vaudois. La région des Trois-Lacs y est mentionnée avec le lac de Morat, la région du Vully et le panorama qu'elle offre sur l'Arc jurassien. Côté français, le guide sillonne la région de la Franche-Comté ainsi que le département de l'Ain. Genève est mentionnée comme porte d'entrée. lb

Le Rotard Jura franco-suisse 2014, éditions Hachette, CHF 24,10.

www.hotelleriesuisse.ch/librairie

Les gens

Nouveaux espaces pour le Domaine d'Autecour

Paul Baumann, directeur de la maison Obrist, vient de présenter le nouvel écrin d'accueil et de dégustation du Domaine Autecour,



au Mont-sur-Rolle, sur La Côte. Un domaine qui fête ses 350 ans et dont le Chasselais fait partie des Premiers Grands Crus Vaudois. Il est aussi membre fondateur de l'association Clos, Domaines & Châteaux. Obrist commercialise ces vins depuis 1960. **Thierry Ciampi**, chapeau noir 2012 du meilleur dégustateur du Comptoir suisse est aussi l'œnologue conseil du domaine. Les 35 derniers millésimes sont encore disponibles.

L'Association du Papillorama se renforce



Elisabeth Rügsegger, directrice de l'Association régionale du Lac, à Morat, représentera les meilleurs touristiques au sein du comité de l'Association du Papillorama. Présidée par **Hans Stöckli**, conseiller aux Etats du canton de Berne, l'association des «Amis du Papillorama» compte 250 membres et vient de décider de changer d'identité: elle se nommera désormais «Pro Papillorama». Les bulles tropicales de Châtères (FR) se placent au deuxième rang des institutions les plus visitées de la région, son association pourrait se renforcer. aca

Conseiller d'Etat à la Fondation du Léman

Jacques Melly (photo), conseiller d'Etat valaisan, présidera le Conseil du Léman en 2014 et 2015. Il succède à **Guy Larnanjat**,



vice-président du Conseil général du Département de l'Ain. Durant son mandat, Jacques Melly favorisera le rapprochement des populations en mettant l'accent sur la mobilité», indique un communiqué. Le Conseil du Léman regroupe les cantons de Genève, Vaud, Valais et les Départements de l'Ain et de la Haute-Savoie. L'organisme transfrontalier couvre une superficie de près de 20 000 km² pour 2,8 millions d'habitants. lb

Directeur d'un hôtel atypique, au Mont-Pèlerin, Jean-Marc Boutilly scrute les défis de la profession. Il prône un équilibre comme entre cinéma d'auteur et grosse production.

ALEXANDRE CALDARA



Charlotte Renaud Boutilly et Jean-Marc Boutilly dans leur univers de travail du Mirador Kempinski, au Mont-Pèlerin.

«Où personne n'ose aller»

Jean-Marc Boutilly, qu'est-ce qui distingue le Mirador Kempinski des autres hôtels que vous avez dirigés?

Un bijou dans un écrin de verdure, un lieu d'une beauté vertigineuse. Il s'agit très certainement parmi les hôtels que j'ai dirigés, du défi le plus difficile, qui a nécessité un très grand nombre de modifications, notamment la définition d'une stratégie plus claire, l'amélioration de la qualité et la diversité de nos prestations principalement dans la restauration, mais aussi des choix structurels permettant de retrouver un équilibre financier.

En termes de marché quelle place occupe-t-il? Les offres wellness et du centre médical sont-elles centrales?

Elles sont un atout certain pour notre établissement et segmentent des marchés différents, ce qui nous permet de toucher un plus large spectre de clientèle. La clientèle suisse apprécie notre spa GivENCHY et notre offre de restauration. La clientèle provenant des Pays de l'Est, du Moyen Orient et d'Asie

fréquente majoritairement notre centre médical. Elle est en constante augmentation.

Quelles sont vos perspectives pour les prochaines années?

Nous vivons dans une société ultra-connectée et mobile qui demande d'avoir une grande réactivité et flexibilité. L'un des défis à relever ces prochaines années est sans nul doute l'innovation dans les services permettant d'offrir une expérience encore plus personnalisée.

Au restaurant Le Chalet vous avez accompli un travail en profondeur avec l'Office des vins vaudois... Quel bilan en tirez-vous?

Nous sommes très satisfaits de cette démarche et de cette mise en valeur des produits régionaux, notamment la vente à l'emporter qui remporte un grand succès. Pierre Keller, président de l'Office des Vins Vaudois, a soutenu ce projet et contribué à la réussite du lancement de ce concept qui offre une vitrine pour tous les vigneron de Chardonne.

L'œnotourisme semble un des éléments centraux du tourisme vaudois dans les années à venir... Qu'en pensez-vous?

Cet intérêt se reflète avant tout dans la volonté croissante des touristes pour des séjours ruraux, plus en harmonie avec l'histoire et le terroir. En cela, le vin est un parfait exemple permettant la valorisation d'un savoir-faire dans une

approche conviviale. L'œnotourisme comme l'agritourisme en Suisse sont destinés à se pérenniser et à tenir des rôles primordiaux dans nos offres touristiques.

L'avenir de l'hôtellerie helvétique vous semble-t-il lié aux petites structures ou aux grands groupes?

Le devenir de l'hôtellerie de moyenne et grande capacité passe par un juste équilibre. S'il n'y a pas de différences fondamentales dans l'approche de l'exercice de notre métier, les

petites structures permettent une approche humaine plus personnalisée mais demande parallèlement plus de flexibilité.

En soi, Le Mirador avec quatre restaurants et 61 chambres possède une structure d'un grand établissement, mais un nombre de chambres relativement limité ce qui en fait un hôtel singulier.

«Innover dans les services pour proposer une expérience plus personnalisée.»

Jean-Marc Boutilly
Directeur du Mirador Kempinski

Quel regard jetez-vous sur les difficultés de l'hôtellerie alpine en Suisse? L'arrivée de nouveaux acteurs peut-elle donner une nouvelle dynamique...

Il y a définitivement une nécessité de transformer les stations en lieux d'attractions et de vie et pas uniquement en saison d'hiver. De gros investissements sont nécessaires, car une majorité d'hôtels sont des établissements familiaux n'ayant pas les moyens suffisants d'investir. L'arrivée de grands groupes dans les

stations alpines est bénéfique à tous, elle apportera l'innovation en termes d'offre touristique.

Que signifie l'innovation?

Innover c'est penser au-delà des conventions, explorer de nouveaux horizons, aller où personne n'ose aller. Notre groupe nous pousse dans cette voie, raison pour laquelle

chaque hôtel a constitué un comité pour l'innovation. L'innovation ne veut pas forcément dire nouvelles technologies, mais aussi une remise en question de la qualité des services et des prestations. Je m'envole pour Vienne, afin de participer avec mes collègues européens à un séminaire de deux jours sur ce thème.

«Humain trop humain» Formation et passion au centre de l'activité.

Dense tapis de nuages et le soleil au-dessus. «Regardez», clame doucement Jean-Marc Boutilly. Présence forte au Mont-Pèlerin tout en maintenant de la discrétion. On lui fait remarquer: «La base de notre métier, ni omniprésente, ni jamais là. Mais je veux mettre mes équipes en avant. J'ai eu la chance d'errer avec des personnes exceptionnelles comme Jean-Jacques Gauer, un exemple pour moi. Aujourd'hui j'admire les rapports que Reto Wittwer cultive avec tous les acteurs du groupe.» Ce qui compte le plus

pour cet Alsacien, qui travaille depuis 20 ans en Romandie, surtout sur l'Arc lémanique: «L'être humain, la formation, la passion.» Il relève aussi le rôle de son épouse Charlotte Renaud Boutilly «executive assistant manager»: «Elle arrive à tempérer mon énergie trop passionnée.»

Tendrement ses souvenirs d'enfance dans le restaurant de sa tante passent. Il aime citer Antoine de Saint-Exupéry: «La perfection est atteinte, non pas lorsqu'il n'y a plus rien à ajouter, mais lorsqu'il n'y a plus rien à retirer.»

ANNONCE

www.hoteleriesuisse.ch/reseau_de_consultants

Pour le succès de votre entreprise – notre réseau de consultants commun

CURAVIVA.CH hoteleriesuisse
Swiss Hotel Association

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

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

Le changement commence ici!
www.hoteljob.ch

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

htr hotel revue

Unruhe um die Ruhe in den Bergen

Ischgl wehrt sich gegen ein Ballermann-Image, Lech warnt davor, Saas-Fee entdeckt die Ruhe und Engelberg lebt bewusst im Spannungsfeld: Der Umgang mit Lärm polarisiert.

GUUDRUN SCHLENCZEK

Stille verzaubert die Landschaft, friedlich glänzt der Schnee, der Blick schweift ungestört in die Ferne. So ungefähr könnten die Erwartungen der Touristen an die Schweiz aussehen. Denn Friede und Stille stehen gemäss dem Schweizer Tourismus-Monitor bei den Bedürfnissen an sechster Stelle, Natur an erster. Stefan Forster, Professor für natur- und kulturnahen Tourismus an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften ZHAW, wundert das nicht. Er zitiert die Food-Branche, um das zu verdeutlichen: «Der Verbraucher greift immer mehr zu regionalen Produkten, bei denen er vielleicht sogar noch den Produzenten kennt. Er hat genug von künstlicher Inszenierung.» Das gelte genauso für die Freizeit, ist Stefan Forster überzeugt. «Die Foodbranche zeigt uns gut, in welche Richtung sich die Gesellschaft verändert.» Für Forster ist deshalb auch klar, wo die Zukunft des Schweizer Tourismus liegt: «Der wahre Luxus ist die Stille.»

Allerdings: Der Schweizer Tourismus behandle dieses Potenzial bis anhin äusserst stiefmütterlich, meint Forster. «Der Tourismus beschäftigt sich zu wenig tiefgründig mit den gesellschaftlich relevanten Fragen und ist zu sehr auf eine Frequenzsteigerung fokussiert.» Mit Inszenierungen von Rodelbahnen bis Rock-Konzerten vermitteln die Touristiker dem Gast regelrecht, dass Bergidylle alleine nicht mehr genügt, um in die Berge zu gehen. Hoffnungen setzt Forster in die künftige Generation der Touristiker, die heute bereits während der Ausbildung mit Nachhaltigkeit konfrontiert sind. Der Wunsch nach Ruhe und Naturerlebnis sei dabei keine Gegenbewegung zu einer zunehmend

inszenierten Welt, betont Forster, sondern laufe fast komplementär ab. Will heissen: Der hybride Kunde wünscht sich einerseits Action, andererseits Natur pur. Hier sieht der ZHAW-Wissenschaftler auch noch Nachholbedarf in den eigenen Reihen. «Es gibt bis anhin wenig Forschung zur Balance zwischen Echtheit und Überinszenierung.»



«Touristiker vermitteln dem Gast, dass Bergidylle alleine nicht mehr genügt.»

Stefan Forster
ZHAW

Saas-Fee entdeckt die Ruhe suchenden Winterwanderer

In Saas-Fee versucht man nun, den Spagat zwischen Ski-Eldorado und Wintererholung zu machen. Seit diesem Winter wird der Winterwanderpass für alle Nicht-Skifahrer prominent auf der Homepage beworben. 70 Kilometer Winterwanderwege bietet die Destination. Den Winterwanderpass gibt es für vier oder sechs Tage (105/130 Franken) und berechtigt den Winterwanderer oder Schneeschuhläufer an diesen Tagen zur unbeschränkten Benutzung aller Bergbahnen. «Der Gast will heute nicht mehr jeden Tag Ski fahren, deshalb setzen wir jetzt auf das Doppelprogramm», erläutert Tourismusdirektor Pascal Schär. «Das ruhige Winter-

wandern ist ein Riesenbedürfnis.» Die Winterwander- und die Skiwelt versucht man allerdings bewusst zu trennen: Der wandernde Gast muss keine Skipisten überqueren und sei auch keinem Liftlärm ausgesetzt.

Ischgl will kein Ballermann sein

Was es heisst, mit einem Party-Image zu kämpfen, zeigt das Beispiel des österreichischen Ischgl.

Dabei sei der Wintersportort nie ein «Ballermann»-Gebiet gewesen, verteidigt Tourismus-Chef Andreas Steibl seinen Ort. Vielmehr stuft er die Zielgruppe von Ischgl als Lifestyle-Publikum ein, welches mit jenem von Ibiza vergleichbar sei: zwischen 30 und 60 Jahre alt, überdurchschnittlich verdienend und sportaffin – aber gleichzeitig auch eine Gästegruppe, die «gerne feiert». Mit über 40 4-Sterne-Hotels weise Ischgl unter den österreichischen Ferienorten die höchste Dichte in diesem Segment aus. Er fühlt sich mit seinem Tourismusort zu Unrecht in die Party-Ecke gedrängt. «Wir hatten nie sehr junge Gäste.» Die 30- bis 60-jährigen Gäste feierten anders als die ganz Jungen.

Fortsetzung Seite 13



Winteridylle auf der Längfluh in Saas-Fee – hier erwartet den Gast neu auch ein Rundwanderweg. zvg

Meinung «Unsere Naturvorstellung ist pure Romantik»

Karin Frick, der Wunsch nach Ruhe steht weit oben bei den Gästewartungen. Passen Angebot und Konsumentenbedürfnisse zusammen?

«Den» Gast gibt es nicht. Diese Erkenntnis scheint bei den Touristikern noch nicht überall angekommen zu sein. Zu viele versuchen, für alle etwas zu bieten. Dabei lassen sich mit halberzogenen Angeboten keine Gäste beeindruckt. Besser, man investiert in Alleinstellungsangebote und lässt den Rest weg oder schliesst sich mit anderen zusammen, deren Angebote das eigene Portfolio ergänzen.

Wie viel Ruhe will der Gast?

Je nachdem. Wenn ich abgekämpft bin und mir ein wirklich erholsames Wochenende gönnen will, habe ich andere Erwartungen, als wenn ich zum Spasshaben in den Schnee fahre. Entsprechend suche ich mir meine Destination auch aus – und erwarte, dass die jeweiligen Versprechen gehalten werden.

Bergrube ist schwieriger zu verkaufen als Inszenierungen;



Karin Frick, Forschungsleiterin am GDI in Zürich.

gibt es eine Lösung für das Dilemma?

Nein, man wird am gleichen Ort nicht beide Wünsche befriedigen können. Was es zu beachten gibt: Auch die vermeintlich unberührte Natur der Berge ist längst weitgehend inszeniert, dafür haben die Landwirtschaft und der Tourismus schon vor Langem gesorgt. Unsere Vorstellung von Natur ist pure Romantik-

sierung. Dessen ungeachtet wird unsere Sehnsucht nach Romantik in einer immer technischeren, globaleren und letztlich unverständlicheren Welt wachsen.

Die jungen Gäste suchen angeblich Party. Stimmt das?

Die Jungen – das ist wieder so eine Pauschalisierung. Wir müssen uns vom starren Zielgruppen-Denken lösen, das uns Jahrzehnte lang begleitet hat. Es gilt, den USP zu definieren und damit Bester zu werden. Das richtige Angebot wird dann auch die passenden Gäste anziehen. Die werden

der Destination allerdings nicht ihr ganzes Leben treu bleiben. Ein paarungswilliges Party-Animal hat als Mutter andere Bedürfnisse.

Viele Destinationen bieten Entertainment, um die Jungen ins Boot zu holen. Wie nachhaltig ist das?

Das ist in letzter Konsequenz ein politischer Entscheid: Wie will sich die Tourismus-Destination Schweiz im internationalen Wettbewerb positionieren, was kann sie besser als andere? Alpen-Fun-Park Europas oder Nationalpark mit Landschaftsgärtnern? gsg

KOPAS-Ausbildung

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in Hotellerie und Gastgewerbe

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

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

loyal

Revisiohne mich!

Wir vertreten Ihre Interessen mit Nachdruck – bei Revisionen aller Art.

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

GASTRONOMIE | HOTELLERIE | CATERING

IMMER EINE IDEE MEHR.

Wir wünschen Ihnen frohe Weihnachten!

Besuchen Sie gleich unseren Online-Shop:
www.vega-ch.com

VEGA
besten aus dem meer

ANZEIGE

Markus Riesen, Partner

persönlich

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

Dunkle Nächte sind vorbei

Die künstliche Aufhellung des Nachthimmels nimmt zu. Nun soll eine neue Baunorm die Lichtverschmutzung eindämmen. Doch den Tourismus kümmert's erst wenig.

GREGOR WASER

Sternengucker und romantische Spaziergänger sehnen sich nach kompletter Dunkelheit und ungestörter Sicht auf den Nachthimmel. Nahezu über der gesamten Schweiz, insbesondere über dem Mittelland, liegt aber in der Nacht eine immer stärkere Lichtglocke. Diese künstliche Aufhellung des Himmels gilt als Lichtverschmutzung. «Zu viel Licht löst beim Menschen Schlafprobleme aus, die innere Uhr kann dabei rasch verstellt werden», sagt Lukas Schuler, Präsident von Dark Sky Switzerland. Die Organisation ist bestrebt, Lichtverschmutzung einzuschränken. Speziell betroffen seien Zugvögel: «Bei schlechter Sicht, wenn es neblig oder bewölkt ist, erschöpfen sie sich. Starke Strahler verstärken Lichtglocken im Nebel. Die Vögel orientieren sich am Licht, glau-

ben, den Mond zu erkennen und wollen aus den Wolken heraus. Das ist aber ein Trugschluss, was tödliche Folgen haben kann.»

Ein grosses Problem seien auch Beschneigungsanlagen. «Die Pisten sind sowieso schon weiss, und die beleuchteten Anlagen erzeugen eine grosse Lichtverschmutzung. Das Licht wird nach oben in den Himmel gestrahlt», sagt Schuler. Hinzu kämen die Pistenfahrzeuge mit ihren Scheinwerfern in der Nacht oder beleuchtete Nachtskipisten. «Wer einen romantischen Nachtspaziergang machen will, kann den Sternenhimmel nur in reduzierter Weise geniessen.» Gemäss Lukas Schuler sei es sowohl fragwürdig als auch unnötig, jede Schneelanze zu beleuchten.

Baunorm soll die Licht- wie die Lärmverschmutzung eindämmen

Immerhin zeichnen sich Verbesserungen ab. Seit dem 1. März 2013 gilt landesweit die SIA Norm 491. Sie ist bei der Eindämmung von Lichtverschmutzung hilfreich. Dabei geht es um Neubauten und renovierte Bauten, bei denen das Licht sachgerecht im Einsatz stehen muss. Nur die Nutzfläche soll beleuchtet sein und nicht die gesamte Fassade. Ebenso darf gemäss Norm kein Licht in den Himmel gerichtet werden. Licht, das nicht sicherheitsrelevant ist – ausgenommen sind etwa frequentierte Gehwege –, soll analog des Lärmschutzes von 22 bis 6 Uhr abgestellt sein.



Das Oberengadin mit St. Moritz, Celerina und Samedan zwischen Sternenhimmel und Kunstlicht.

Alessandro Della Bella/zvg

Das betrifft insbesondere Leuchtreklamen, Schaufenster und Tankstellen.

Der Blick auf das nächtliche Satellitenbild verdeutlicht, dass Schweizer Tourismusorte von

Lichtverschmutzung betroffen sind. «St. Moritz ist auf dem Bild gut zu erkennen», sagt Lukas Schuler, «in einer Gegend, in der es sonst nicht viel Licht hat.» Generell sei es im Wallis ziemlich hell, etwa Crans-Montana ist auf der Karte gut ersichtlich. «Sicher hat die zunehmende Lichtverschmutzung auch mit einer gesellschaftlichen Veränderung zu tun. Es werden viele Partys durchgeführt, lang aufbleiben ist ein Trend – alles eine Ursache, dass es mehr Licht in der Nacht hat», sagt Schuler. «Trotzdem glaube ich: Wenn man die Normen einhält, kann man mit weniger Licht das Richtige machen. Das würde auch dem Tourismus viel bringen. Man könnte die Naturliebhaber besser pflegen, die die Ruhe suchen und den Sternenhimmel geniessen möchten. Ansonsten verliert man diese Klientel.»

Bei den Touristikern scheint ein Zuviel an Licht in der Nacht jedoch noch kein Thema zu sein: Gieri Spescha, Head of Corporate Communication von Graubünden Ferien: «Wir haben von unseren Gästen bisher keine Hinweise erhalten, dass Lichtverschmutzung ein Problem wäre.» Ähnlich tönt es bei Wallis Tourismus. «Wenn ich die Gästefeedbacks anschau, figuriert das Thema Licht nicht darunter», sagt Malvine Moulin, Leiterin Nachhaltigkeit.

Als einer der dunkelsten Orte der Schweiz gilt das Val Müstair. In der Ortschaft Lü hat Astrologe Vaclav Ourednik mit seiner Gattin Jitka das Alpine Astrovillage aufgebaut.

In Lü im Val Müstair schaltet man die Strassenbeleuchtung um 70% zu

Das Astrovillage bietet mit seinen Gästezimmern die Möglichkeit für Ferien mit nächtlichem Blick ins Universum. Vor einigen Jahren wurden in Lü alle Lampen gewechselt, mit orangefarbenem Licht versehen und nach unten ausgerichtet. «Die Gemeinde ermöglicht uns, bei Bedarf die Strassenbeleuchtung auszuschalten», sagt Vaclav Ourednik. «Wenn wir Kurse oder Beobachtungsabende haben, hilft uns das enorm.» Zudem verfüge die Sternwarte über eine zusätzliche Kuppel, die 300 Meter abseits im kompletten Dunkel steht. «Hier ist uns der Kanton mit einer Bewilligung ausserhalb der Bauzone entgegengekommen», sagt Ourednik. «Zunächst hatten wir im Wallis nach einem geeigneten Standort Ausschau gehalten, doch dort gibt es in der Nacht viele Lichtquellen beim Blick aufs Rhonetal. Auch

das Nachtskifahren und die Pistenfahrzeuge machen Sternenguckern das Leben schwer», sagt Ourednik.

In 20 Jahren nahm die Lichtverschmutzung um 70% zu

Der Fotograf Alessandro Della Bella – er hat den Bildband «Helvetia by Night» herausgebracht – meint, dass solange andere Faktoren wie Lärm oder schlechte Luft die Lebensqualität stärker beeinflussen, die Lichtverschmutzung wohl weiter zunehmen werde. Für Della Bella ist klar: «Die zunehmende Lichtverschmutzung ist ein Thema, das die Gesellschaft noch zu wenig wahrnimmt. Besonders wichtig empfinde ich die Aufklärungsarbeit im Bau. Kleine Massnahmen können

«Lichtverschmutzung ist ein Thema, das noch zu wenig wahrgenommen wird.»

Alessandro Della Bella
Fotograf

hier eine grosse Wirkung erzielen.» Abgeschirmte Leuchten, Lichtlenkung gegen unten, dichte Gehäuse, warme Lichtfarben sowie Bewegungsmelder und zeitliche Begrenzung können die Lichtverschmutzung eindämmen. Doch der Umstand, dass in den letzten 20 Jahren die Lichtverschmutzung um 70 Prozent zugenommen hat, wird sich nicht über Nacht rückgängig machen lassen.

Messe Stuttgart
Mitten im Markt

Vielfalt überzeugt

INTER GASTRA

Führende Fachmesse für innovatives Gastrobusiness

01.02.–05.02.2014 : Messe Stuttgart

www.intergastra.de

impresum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleitung:

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

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

Redaktorinnen: Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/fee; Theres Lagler Berger/tl; Gudrun Schlenczek/gsg
Grafik und Produktion: Roland Gerber/gr; Sarah Hinni/shi (Praktikantin); Daniel Steim/ste
Korrektur: Paul le Grand.
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak

htr Online

Verantwortlich für den Inhalt: Gery Nievergelt
Redaktorin: Natalie-Pascale Allesch/npa
Praktikum: Arbresha Velljüav
Koordination: Daniel Steim

Verlag

Leitung: Barbara König.
Assistent: Alain Hänni.
Stelleninsetate: Angela di Renzo Costa
Praktikum: Arbresha Velljüav
Geschäftsanzeigen: Emanuel Müller,

Michael Müller.

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

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 740 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 unverfärgt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.



Es geht auch ohne Ballermann auf Mallorca: Mit mehr Ruhe und Qualität soll inskünftig ein zahlungskräftigeres Publikum angesprochen werden.

kautzphotographie - Fotolia

Insel auf neuen Wegen

Mallorca hat genug von den Ballermann-Gästen und Saufgelagen am Strand. Mit Anreizen und Verboten plant die Insel den Aufbruch in eine neue touristische Zukunft.

RENATE DUBACH

In den nächsten fünf bis sechs Jahren werden wir das Erscheinungsbild an der Playa de Palma um 180 Grad drehen. Den Ballermann wird es in dieser Form nicht mehr geben. Die Saufgelage sind nicht vereinbar mit einem Qualitätstourismus, wie wir ihn an der Playa de Palma anstreben. Mit diesem Ziel, das im Juli in der deutschen «Bild»-Zeitung im Rahmen eines grösseren Interviews abgedruckt wurde, löste Mallorcas Vize-Bürgermeister und Tourismusminister Alvaro Gijon eine Lawine von Reaktionen los.

Positiv reagierten einerseits die Anwohner, die von der Stadtverwaltung seit Jahrzehnten Taten gegen die lautstarken Ballermann-Besüfnisse fordern. Und auch der Hotelierverein Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (Fehm), der an einer Aufwertung der Playa de Palma arbeitet, war erfreut. Die Hoteliers hatten schon mehrmals Aktionen lanciert, um den Ballermann aufzuwerten. Letzten Sommer hatte der Fehm beispielsweise mehrsprachige Faltblätter drucken lassen, um seine Gäste vor Prostituierten, Hütchenspielern, Massenunruhen, Taschendieben und insbesondere vor dem übermässigen Genuss von Alkohol zu warnen.

Der Erfolg dieser Aktion war ebenso bescheiden, wie derjenige von vielen behördlichen Einschränkungen zuvor. Alvaro Gijon machte deshalb eine Verordnung

zur Verschönerung des Strassenbildes bekannt, die ab 2014 in Kraft treten soll. Unter anderem werden darin Trinkgelage auf der Strasse ab 22 Uhr auch am Ballermann generell verboten. Dieses Gesetz gilt seit Langem auf dem übrigen Stadtgebiet von Palma de Mallorca, wurde am Ballermann bisher aber nicht umgesetzt. Die Regierung erleichterte zudem den Hoteliers an der Bucht von Palma die Sanierung und Aufwertung ihrer Häuser. Gebäude, die auf mindestens Vier-Sterne-Niveau verbessert werden, sollen um zwei Etagen oder bis zu 80 Meter Höhe aufgestockt werden dürfen. Offenbar hat Palma private Investoren gefunden, um die Sanierung der Bucht grundlegend anzupacken. Der stellvertretende Bürgermeister sprach Ende Oktober von 300 Millionen Euro, mit deren Hilfe die Playa de Palma veredelt werden soll.

Deutsche Mallorca-Urlauber wehren sich bereits

Aber die Pläne des Tourismusministers finden nicht nur An-

klang. Unzählige deutsche Mallorca-Urlauber liessen ihrer Empörung in Leserbriefen, Blogs und Online-Portalen freien Lauf. Luxushotels und edle Sushi-Bars statt günstiger Übernachtungsmöglichkeiten und Würstchenbuden, nächtliche Stille statt lauter Musik zum Mitgrölen – und vor allem: keine Alkoholexzesse unter freiem Himmel, keine Sangria-Eimer mehr, das brachte einiges Blut in Wallung. Vor allem deutsche Touristen, die am Ballermann «ein bisschen Gaudi haben wollen», wie es eine junge Münchnerin in einem Leserbrief formulierte, sind gegen Veränderungen. Denn die Behörden setzten schon vor Jahren beim sogenannten «Eimersaufen» an. Erst wurde es den Geschäften verboten, Plastik-eimer gefüllt mit alkoholischen Getränken, Eis und meterlangen Strohhalmern zu verkaufen. Was dazu führte, dass die Trinkwilligen sich die Zutaten separat kaufen und selber mischten. Dann wurden Verbotsschilder für Eimer angebracht, allerdings hielt sich niemand daran, und kontrolliert

wurde offenbar auch nicht, ob die Bestimmungen eingehalten wurden. Auch das will man jetzt ändern. Unter anderem sollen die Polizeieinheiten (Policia Local, Policia Nacional, Guardia Civil) besser koordiniert werden, um die neuen Verordnungen durchzusetzen.

Ziel sind neue Gäste, die mehr ausgeben – und weniger Abfall

Es geht nicht nur um Alkoholischen am Strand und überlaute Musik: Man möchte die Playa de Palma für Leute herrichten, die dickere Briefaschen mitbringen und nicht nur in der Hauptsaison anreisen. Die meisten Hotels dort sind nämlich von Oktober bis April geschlossen. Und: einer Schätzung der Stadt Palma zufolge wird an der Playa de Palma jährlich für rund eine halbe Million Euro Abfall entsorgt, das entspricht einem Sechstel der Kosten für Abfallentsorgung der ganzen Insel.

Ein weiterer Grund für das behördliche Eingreifen liegt in der wachsenden Beliebtheit von Mallorca. Es kommen jährlich mehr

Gäste. Gerade deshalb braucht es klare Regeln, insbesondere im Ballermann-Bereich, sonst versinke er im nächsten Sommer im Chaos, so die Befürchtungen, die Medienberichte werden noch schlechter und die Abwärtsspirale nimmt ihren Lauf.

Gäbestrom nach Mallorca steigt in den Hauptmonaten weiter an

Die Belegungsrate der Hotels liegt im Juli und August seit Jahren zwischen 80 und 90 Prozent. 2013 seien bereits Anfang Juli 80 Prozent der Hotelbetten auf der gesamten Insel gebucht gewesen, teilte der Hotelierverein Fehm mit. Und auch laut den neuesten Zahlen der Flughafen-Gesellschaft Aena ist 2013 erneut ein Rekordjahr für Mallorca: In den ersten zehn Monaten wurden am Airport Son San Juan knapp 21,5 Millionen Fluggäste abgefertigt, 0,6 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum 2012.

Den grössten Anteil am Flugverkehr unter den internationalen Verbindungen stellten mit 44 Prozent die Passagiere von und nach Deutschland. Das bedeutet im Vergleich zu 2012 einen Zuwachs von 5,3 Prozent. Wie viele von ihnen wegen dem Ballermann anreisen, ist nicht bekannt. Ob dort 2014 die neuen Verordnungen der mallorquinischen Behörden wirklich so strikt angewendet werden, wie der Vize-Bürgermeister bekannt gab, wird sich zeigen. Beim Schweizer Reisekonzern Hotelplan Suisse – zum Veranstalter gehören auch Migros Ferien, Hotelplan und Travelhouse – blickt man der Entwicklung auf Mallorca entspannt entgegen, rund 20 Prozent der buchbaren Hotels der Gruppe liegen im Ballermann-Einzugsgebiet. «Es sind nicht nur deutsche Touristen, die nach Mallorca reisen, um Partys zu feiern, sondern auch junge Leute aus der Schweiz», konstatiert Anja Dobes von Hotelplan Suisse.

Ballermann Sechs Kilometer Party-Strand

Wer heute Ballermann sagt, meint – geografisch gesehen – den rund 6 Kilometer langen Strand Playa de Palma, zwölf Kilometer südöstlich von Palma, der sich von Can Pastilla bis nach El Arenal im Osten zieht. Hier gibt es 15 durchnummerierte, fast identisch gebaute Bañeros – der Begriff steht eigentlich für Ruhe und Erholung – heutzutage sind das Strandlokale. Bañero Nummer 6 ist dasjenige, das seinen zweifelhafte Ruf dem deutschen Massentourismus verdankt: Kampftrinken und lautes Mitgrölen deutscher Schlagermusik war hier jahrzehntelang angesagt. rd

Fortsetzung von Seite 11

Champagner gehöre dazu, Ausschweifungen dagegen nicht. Andreas Steibl schiebt den Grund für das Party-Image den Medien in die Schuhe. Diese hätten sich bei Ischgl auf das Thema Entertainment konzentriert – zu Unrecht, wie Steibl meint. «Das Skifahren steht bei uns an erster Stelle.» Seit gut vier Jahren ist die Destination daran, mit entsprechenden Kampagnen einen Turnaround in der öffentlichen Wahrnehmung zu erzielen. Sehr selektiv geht man nun auch bei Medienanfragen vor. «Wir müssen sehr aufpassen, sonst landen wir schnell wieder in der Party-Ecke.» Als grösstes Problem erachtet Steibl die Tagestouristen, die per Car anreisen. Eine Zielgruppe, welche tatsächlich primär zum Feiern und nicht zum Skifahren kommt. «Diesen Tagestourismus versuchen wir einzuschränken.» Indem Bustouristen im Be-

sitz eines Skipasses sein müssen. Kontrolliert wird das über die Parkierlaubnis – denn Ischgl selbst ist autofrei. Outdoor-Musik ist ab 20 Uhr untersagt, eine dorfiege Security sorgt für den richtigen Ton unter den Gästen. «Es geht bei uns immer um den Lärm. Ist ein Gast zu laut, weisen die Security-Mitarbeiter höflich auf korrektes Benehmen hin.»

Dass es nicht um ein Entweder-Oder geht, sondern um ein Nebeneinander von Feiern und Naturerlebnis, betont Frédéric Füssenich, Direktor Engelberg-Titlis Tourismus AG. Am Tage stehe für die Gäste das Naturerlebnis

im Vordergrund, am Abend «gehört zum Après-Ski auch Musik dazu». Und je nach Bar darf es dann auch ein bisschen lauter zu und her gehen. Dass das durchaus als Ruhestörung wahrgenommen werden kann, möchte Frédéric Füssenich gar nicht verharmlosen.

«In diesem Spannungsfeld muss eine Bergdestination leben.» In Engelberg besonders, sind dort doch die festfreudigen Skandinavier die zweitwichtigste ausländische Gä-

stengruppe. Mit Zeitbeschränkung für die Musikbeschallung rund um die Après-Ski-Bars ist man ebenso in Saas-Fee bemüht, die zwangsläufig entstehende Ruhestörung im Griff zu halten. Tourismusdirektor Pascal Schär: «Nach 20 Uhr läuft das Nachtleben in geschlossenen Räumen ab.»

Noch rigorosere geht man im österreichischen Lech gegen eine solche Lärmbelästigung vor: Die Musikverstärker der Après-Ski-Bars werden verplobt. «Hintergrundmusik akzeptieren wir, aber nur bis 21 Uhr», erklärt Tourismusdirektor Hermann Fercher die Regeln der Destination am Arlberg. Auch bei den Berghütten und insbesondere Skiliften ist Beschallung gar nicht, oder wenn nur selten üblich, ergänt

Fercher. «In unserer Destination besteht ein stillschweigendes Abkommen betreffend Lärm.» Lech stehe für Rückzug und «echten Urlaub» – konsequent. «Hat man mal ein Ballermann-Image, ist das schwierig zu korrigieren – umgekehrt geht das leichter.» Die Lech Zürs Tourismus GmbH verzichtet auf ein Saison-Opening – und wenn Veranstaltung, dann immer mit klarem Bezug zum Skifahren. «Wenn jemand Party sucht, kommt er nicht zu uns.» Und falls dann doch ein Establishment, dann mit Stil, wie der «Après-Ski wie damals»: Jazz- und Swing-Bands spielen zu Saisonende live im Skigebiet zwischen den Hotels und auf Terrassen zum Fünf-Uhr-Te.

Das Konzept verspricht Konstanz. Die Bettenbelegung ist seit Jahrzehnten die gleiche, das Bettenangebot hat leicht abgenommen, das Lecher Preisniveau gilt als überdurchschnittlich. Her-

mann Fercher macht sich um die Zukunft keine Sorgen. «Wir sind auch bei den jungen Gästen, die im Familienverbund nach Lech kommen, stark in den Köpfen verankert.»



Hermann Fercher

ANZEIGE

EuroTime immer einen Schritt voraus

Die Branchensoftware für Personalplanung und Zeiterfassung

www.swit-ag.ch

Joyeuses Fêtes!
Bellas Festas!
Frohe Festtage!
Buone Feste!



WWW.HOTELA.CH

Events schenken kräftig ein

Das Event-Catering der Gemeinschaftsverpfleger erfreut sich grosser Nachfrage. Das Geschäft ist lukrativ, doch der Preisdruck steigt. Gesucht sind neue, innovative Konzepte.

GU DRUN SCHLENCZEK

Mit dem Bewirten von Grossanlässen lässt sich Geld verdienen. Das zeigen die Zahlen der Schweizer Gemeinschaftsverpfleger, die zunehmend auf diesen lukrativen aber anspruchsvollen Betriebszweig setzen. Bei der SV Group hat sich der Umsatz der Eventcatering-Division «Dine & Shine» in den letzten fünf Jahren mehr als verdoppelt, bei den ZFV-Unternehmungen hat sich der Umsatz des Eventbereichs im gleichen Zeitraum gar verfünffacht.

Um dem Wachstum gerecht zu werden und dem Geschäft noch mehr Profil zu geben, verleihen die Contract Caterer ihren Event-Divisionen eigene Namen, welche auf den ersten Blick keine direkte Verbindung zum Mutterunternehmen vermuten lassen. Die SV Group lässt ihre Event-Aktivitäten schon länger unter dem Brand Dine & Shine laufen, die ZFV-Unternehmungen haben 2011 mit «Henris Catering & Events» ebenfalls eine eigenständige Cateringmarke lanciert. DSR spannt seit diesem Herbst in der Deutschschweiz mit der Gammacatering AG, welche zu den grössten Schweizer Eventcaterern zählt, zusammen. Event-Catering haben die Gemeinschaftsverpfleger schon immer betrieben, in kleine-

Andreas Hunziker



rem Rahmen und aus den bestehenden Betriebsrestaurants heraus: Für die Firmen, ihre Kunden und Externe. Doch die Leistungsfähigkeit einer Küche der Gemeinschaftsverpflegung ist begrenzt. «Mit dem Personalrestaurant können wir nicht alle Events abdecken», erklärt Christian Hürlimann, Direktor Deutschschweiz bei DSR. Insbesondere bei High-End-Anlässen seien die Kapazitätsgrenzen – auch qualitativ – schnell erreicht.

Eventgastronomie subventioniert das Kerngeschäft zum Teil quer

Dass das Eventgeschäft unter separatem Namen läuft, ist für die Gemeinschaftsverpfleger aber auch eine Frage des Images. «Der Name DSR muss für Gemeinschaftsverpflegung stehen», betont Christian Hürlimann, das Eventcatering überlasse man dem neuen Partner. Vermittelt DSR den Event-Auftrag, schuldet Gammacatering eine Provision.

Trotz getrennter Arbeit erhoffen sich die Gemeinschaftsverpfleger allerdings durchaus Synergien. Bei DSR heisst das: Gammacatering und DSR helfen sich in Sachen Kundenbeziehungen auf die Sprünge. Andreas Hunziker, CEO der ZFV-Unternehmungen, nützt das Eventgeschäft, um die Bekanntheit des Unternehmens zu steigern: «Events sind immer eine Art Showbühne, auf der man sein Können einem wechselnden Publikum präsentieren kann.» Als Catering-Höhe-

punkt in der Firmengeschichte des ZFV nennt er die kommende Leichtathletik-Europameisterschaft in Zürich. Hunziker streicht noch weitere Synergieeffekte heraus: Zum einen helfe das Eventgeschäft, bestehende Personalver-

«Spezialcaterings stellen für uns eine wichtige Einnahmequelle dar.»

Andreas Hunziker
CEO ZFV-Unternehmungen

Quersubventionierungseffekten: «Wenn die Margen im Tagesgeschäft zu klein sind, stellen Spezialcaterings eine wichtige Einnahmequelle dar.»

Steigender Preisdruck und immer mehr Aufwand

Aber auch im Eventgeschäft können Caterer heute nicht mehr so leicht Geld verdienen wie auch schon. Andreas Hunziker stellt einen «verschärften Wettbewerb» fest, aufgrund der steigenden Anzahl an Anbietern und dem Ver-

pflegungsbetriebe ausserhalb des Tagesgeschäfts optimal auszulasten. Zum anderen erweist sich die Eventgastronomie nicht selten als rentabler. Hunziker spricht von

schwinden von Anlässen mit offenem Budget. Der Preisdruck habe zugenommen, meint auch Beat Imhof, Geschäftsführer Dine & Shine. Das betrifft ebenfalls das aktuelle Weihnachtsgeschäft. «Wir sind teilweise mit gekürzten Budgets konfrontiert», lässt Andreas Hunziker durchblicken. Überproportional hoch sei dagegen der Aufwand für Marketing und Verkauf, führt Beat Imhof weiter aus. «Über 50 Prozent Offertenzuschlag ist schon viel.» Dabei muss in der Regel jeder Event einzeln akquiriert werden. Nicht wie in der Gemeinschaftsverpflegung, wo man einen akquirierten Auftrag dann erst mal einige Jahre auf sicher hat. Dazu komme, dass die Anlässe immer kurzfristiger gebucht würden und damit weniger planbar seien, erläutert Hunziker.

Bei Dine & Shine ist Beat Imhof bemüht, der knapperen Event-

Kasse seiner Kunden mit innovativen Konzepten entgegenzukommen. Zum Beispiel, indem er die Gäste seiner Auftraggeber ins Cateringgeschehen spielerisch miteinbezieht.

Beat Imhof verdeutlicht, wie das ablaufen kann: Pro Tisch wird unter den Gästen ein CEO, der alles koordiniert, bestimmt, ein Chief Salad Officer, ein Chief Pasta Officer etc., welche den Service dann sicherstellen. Nicht gesparrt werde bei den aufgetischten Produkten. «Wir können den Preis tief halten und der Gast hat ein neues Gesamterlebnis», wirbt Imhof für das Konzept.

Noch nicht den grossen Durchbruch erreichte die SV-Group-Division bislang mit dem nachhaltigen Kleeblatt-Konzept. Imhof sieht den Grund darin, dass der Eventcaterer erst zu spät in die Konzeptionierung eines Events

einbezogen wird. «Teurer ist die ökologische Event-Variante nicht», gibt sich Beat Imhof überzeugt. Unter der Voraussetzung, dass man preistreibende Produkte wie ein Rindsfilet nicht tel quel bio einkauft, sondern kreativ ersetzt.

In Sachen Kreativität sind die Eventcaterer aber auch sonst gefordert. Heute gibt es grob drei Food-Konzepte: das Buffet mit Selbstbedienung, stehend oder sitzend; das Steh-Apéro, beispielsweise mit «flying dinners»; das Dinner, sitzend und bedient. «Die Event-Branche wartet auf eine Alternative, etwas, das überrascht», so Beat Imhof, der hausintern dafür nun einen Innovationszirkel ins Leben gerufen hat. Aktuell tüfelt der Geschäftsführer von Dine & Shine an einem neuen Buffetkonzept. Im Frühling soll das Geheimnis gelüftet werden.



Steh-Apéro mit «flying dinners» sind im Trend; dass jeder Gast mit jeder kulinarischen Köstlichkeit bedient wird, ist eine Kunst. Bilder: zg

DER RICHTIGE PARTNER
IST FÜR UNS
DIE BESTE MEDIZIN.



Reto Stöckeni, Direktor, und Nadia Riboni, Villa Principe Leopolda Hotel & Spa, Lugano

SWICA wünscht Ihnen frohe Weihnachten
und beste Gesundheit im neuen Jahr.

Wir tun alles, damit Sie und Ihre Mitarbeitenden
gesund bleiben und gesund werden.

SWICA bietet Ihnen und Ihrem Team massgeschneiderte Versicherungslösungen rund um Krankheit und Unfall aus einer Hand. Dabei profitieren Sie von überdurchschnittlicher Servicequalität und persönlicher Betreuung. So können Sie sich schnellstmöglich wieder auf Ihre Gäste und die Führung Ihres Hotels konzentrieren. Entscheiden Sie sich jetzt für die beste Medizin. Telefon 0800 80 90 80. swica.ch/gastro

FÜR DIE BESTE MEDIZIN.

SWICA

Gastronomie

Italienische
Speisen auf Sushi-
Art präsentiert



«Nastro» heisst auf italienisch «Band», und so rotiert im soeben eröffneten Zürcher Restaurant Dal Nastro ein Band, wie man es von Sushi-Restaurants kennt. Nur reichen sich hier italienische Häppchen aneinander, die zu einem ganzen Menü ausgebaut werden können. Das Lokal umfasst eine Bar inklusive Lounge für 90 Gäste.

www.dalnastro.ch

Genuss

Schweizer trinken
mehr Whisky als
noch vor 20 Jahren

In den letzten Jahren sind die Importe von Whisky in die Schweiz um das Dreifache gewachsen, im vergangenen Jahr war die gelieferte Menge erstmals grösser als 4 Mio. Liter, teilt die Eidgenössische Zollverwaltung mit. 1992 betrug der Import noch weniger als 1,5 Mio. Liter. Pro Jahr stieg der Import laut der Behörde um durchschnittlich 5,8 Prozent an. Der wichtigste Lieferant für Whisky ist Grossbritannien mit 66,9 Prozent (Stand 2012).

Kolumne

Weine an Weihnachten**Korky's**

Christoph Kokemoor
ist Chefsommelier im
Grand Hotel Les Trois
Rois in Basel.

In der Weihnachtszeit gehen die Kassen an den Ladentischen stärker auf und zu als in der übrigen Jahreszeit. Vor allem an Weihnachten möchten man seinen Gästen eine besondere Flasche Wein zum Essen kredenzen. Die Beratungskompetenz der Angestellten in den Weingeschäften ist in dieser Jahreszeit besonders gefragt. Die meisten Kunden kommen bereits mit konkreten Gerichte- oder Menüvorstellungen und wünschen dazu noch eine oder mehrere Flaschen Wein als Essensbegleitung. Für eine gute Beratung sind die Kenntnisse der Speisen und Grundprodukte für die Weinberater unerlässliche Voraussetzung für eine gute Weinempfehlung. Doch, welche Weine passen zu welchem Essen? Wer weiss mehr über die Speisen als der Kochende selbst? Wo finden wir geeignete Weine zu diesem Festmahl an Weihnachten, sodass der Abend auch den Erwartungen gerecht wird?

Unsere heutigen Wohnhäuser sind mit Wärmeschutz und Isolierung so gut ausgestattet, dass keine optimale Lagerung der Lebensmittel und Weine möglich ist. Gute Produkte und Weine bevorzugen eine natürliche Lagerung zum Reifen. Aus diesen Gründen werden nicht nur für Lebensmittel, sondern auch für Weine Kühl- bzw. Klimaschränke zur optimalen Lagerung benötigt. Bedauerlicherweise hat nicht jeder Haushalt Platz für solch grosse Geräte, weshalb Weine oftmals sozusagen à la minute eingekauft werden. Deshalb kaufen viele den Wein beim Weinhändler ihres Vertrauens oder sie lassen sich vom Schnäppchenangebot im Supermarkt verführen.

Da wird beispielsweise ein Amarone della Valpolicella oder ein Bordeaux, der anscheinend am besten zu Wild passt, zum Sonderpreis mit hoch dekorierten Punkten eines renommierten Weinkenners angeboten. Passt dieser Wein aber auch zum festlichen Menü an Weihnachten? Da scheiden sich die Geister. Vor allem dann, wenn die Empfehlungen auf dem Rückenetikett eindeutig darauf hinweisen, dass dieser Wein sich für Wildgerichte eignet. Solche Empfehlungen sind meistens sehr allgemein gehalten. So kann man häufig auf der Rücketikette lesen, dass Bordeaux oder Barolo zum Rinderfilet, ein Riesling zu Meeresfrüchten, ein Chardonnay zu Fischgerichten, ein Pinot Noir zum Kalbfleisch und ein Gewürztraminer zum Käse passt. Wenn das so einfach wäre, könnte ich mich damit begnügen, als Berater für Rückenetiketten mit Weineempfehlungen zu wirken.

Die Kombination von Wein mit Essen ist eine filigrane Präzisionsarbeit, ähnlich der Montage einer mechanischen Uhr. Jede noch so

kleine Veränderung an Säure, Süsse oder Bitterstoffen erfordert einen anderen Blickwinkel. Gewürze und Kräuter bestimmen ebenso über das gute Gelingen des Essens wie auch die Harmonie des Weines. Viele Gastgeber tendieren dazu, einen Wein aus jener Region auszuwählen, aus der auch das Rezept für das Gericht stammt. Der Wein sollte in jedem Fall das Essen nicht dominieren, sondern ein Partner sein – eben ein Team bilden. Die Suche nach dem perfekten Wein ist auch abhängig von Gästen und Gastgeber und muss in die Geschmackswelten der jeweiligen Personen passen.

Weihnachten ist heute leider nicht mehr in erster Linie die Zeit der Besinnung, im Vordergrund steht vielfach das Schenken und Empfangen von Geschenken. Vermutlich hat fast jeder schon einmal einen guten oder auch schlechten Tropfen unter dem Weihnachtsbaum liegen gehabt. Um eine gute Auswahl oder den guten Geschmack für ein Geschenk zu treffen, empfiehlt es sich, auf die altbewährte Beratung im Fachgeschäft zurückzugreifen. Am besten ist es, wenn man zu einem Geschäft ein besonderes Vertrauensverhältnis aufbauen kann. Das Sonderangebot aus dem Supermarkt eignet sich bestenfalls für einen geselligen Abend.

Wer einen vertrauensvollen Weinlieferanten gefunden hat, sollte ein paar Flaschen seines Lieblingsweins einlagern, selbst dann, wenn die Lagerbedingungen nicht ganz optimal sind. Damit schafft man sich eine kleine Schatzkammer mit Produkten seines eigenen Geschmacks. Und wer keine Geduld und Musse hat, seine Lieblingsweine zu horten, kann es an Weihnachten mit der Zubereitung eines Glühweines probieren. Ein bisschen Zimt, Sternanis und Kardamom, Rotwein und Orangenscheiben nach Bedarf, und schon liegt Weihnachten in der Luft.

In diesem Sinne – ein frohes Weihnachtsfest!

Unsere Kolumnisten

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

ANZEIGE

htr **hotel revue**

*Liebe Leserinnen und Leser
Liebe Inserenten und Kunden*

*Herzlichen Dank für das Vertrauen, das Sie unserer Zeitung,
unserem Newsportal und unserem Magazin auch in
diesem Jahr entgegengebracht haben.*

*Wir wünschen Ihnen und Ihrer Familie frohe Festtage
und ein ebenso glückliches wie erfolgreiches
neues Jahr.*

Redaktion und Verlag

Markus Arnold hat es gewagt: Er verwandelte einen Klub für zehn Wochen in ein Gourmet-Lokal – mit Erfolg: Sein Pop-up-Restaurant ist bis zum letzten Tag und Tisch ausgebucht.

FRANZISKA EGLI



Berns Gourmet-Pop-up-Restaurant und seine junge Truppe: Marc Engel, Gino Miodragovic, Florian Jenzer, Simon Sommer und Markus Arnold.

Sarah Hinni

Kulinarische Hoch-Zeit auf Zeit

Markus Arnold, Sie sind im Endspurt mit Ihrem Pop-up-Restaurant. Ihr Resümee? Es war eine super Zeit, eine intensive Zeit, eine, die wir als Team nie vergessen werden. Und was uns besonders freut: Wir erhalten von unseren Gästen umwerfend gutes Feedback.

Bislang brachte man ein «Restaurant auf Zeit» nicht mit Spitzgastronomie in Verbindung. Wie kamen Sie auf die Idee?

Vor meinem Weggang im «Meridiano» in Bern witzelte ich mal, dass ich zukünftig bei mir zu Hause jeweils eine Handvoll Gäste empfangen würde – was wirtschaftlich wie nachbarschaftlich natürlich ein Witz war. Aber die Idee eines kleinen, feinen, zeitlich begrenzten Projekts liess mich ab da nicht mehr los. Als mir dann ein ehemaliger «Meridiano»-Stammgast den «Clé de Berne», einen Privatkub, der zu seiner Agentur gehört, zur vorübergehenden Nutzung anbot, nahm die Idee plötzlich Gestalt an, und ich begann zu rechnen.



Schweinsbrust Bangkok-Style: Der Geflügelfond wird vor dem Gast im Vac Pot aufgeköcht und aromatisiert.

Wie sah das aus? Das Lokal ist mit vier Tischen und 16 Plätzen klein. Ich rechne mit fünf Mitarbeitern und einer Auslastung von 80 bis 90 Prozent. Als wir dann drei Tage vor der Eröffnung offiziell ausgebucht waren, wussten wir: Das rentiert, das kommt gut. Mittlerweile haben wir unsere Öffnungstage von 40 auf 45 erhöht, und noch heute, wenige Tage vor Ende des Projekts, sind über 60 Personen auf der Warteliste. Aber: Wir halten unser Risiko tief, indem wir eine Woche im Voraus nochmals mit dem Gast Kontakt

aufnehmen, uns nach seinem Kommen und möglichen Unverträglichkeiten erkundigen. Ein Nicht-Erscheinen, eine nicht gemeldete Aversion könnten wir uns nicht leisten. Zudem gibt es keine einzelnen Gänge, nur das Menü als Ganzes.

Dieses kostet 180 Franken und beinhaltet deutlich mehr als die angepreisenen fünf Gänge. Es sind insgesamt 14, wovon wir die ersten fünf zu einem zusammengefasst haben. Wir wollten den Ball möglichst flach halten, dem Gast dann aber ein

kulinarisches Erlebnis voller Überraschungen bieten, das ihm wie auch uns Spass macht.

Wie etwa der Vac Pot, also der Filterkaffe-Siphon gefüllt mit Ingwer, Peperoncini und Zitronengras, mit dem Sie den Geflügelfond vor dem Gast aufkochen und aromatisieren? Genau, das ist quasi unser «One way Ticket» nach Bangkok. Der Vac Pot kommt bei mir immer mal wieder zum Einsatz. Oft frage ich bei der Menüentwicklung aber auch die Mitarbeiter, was ihr Leibgericht ist. Generell koche und serviere ich nur, was ich selber mag. So kam es etwa zum Raviolo mit Lauch und Lammrücken. Ich liebe die Kombination von Lauch und Lamm. Dazu schwebte mir dieser schwarze Raviolo vor, den wir statt mit Tintenfischinte kurzerhand mit Lauch-Asche einfärbten.

Apropos Speisen: Das Menü ändert Sie nie? Konzeptionell nicht, nein. Es gab einzig ein paar saisonale Anpassungen. Bei Gästen, die mehrmals kamen, haben wir es

marginal verändert, um ihnen etwas Neues bieten zu können.

Was ziehen Sie für Erfahrungen aus dem Pop-up-Lokal. War das für Sie der Testlauf für die Selbstständigkeit? Nun, dank dieser Erfahrung kann ich mir das sogar sehr gut vorstellen. Ich habe nicht nur erfahren, was ich kann, sondern auch, was ich nicht kann. Und

ich habe gelernt, Gastgeber zu sein (lacht). Es war ursprünglich nicht vorgesehen, dass ich im Service bin. Aber es machte plötzlich mehr Sinn, als dass meine Mitarbeiter zwischen Küche und Speisesaal pendeln. Ich wechselte um 18 Uhr die Seite, da kann ich prima die Teller kontrollieren, vor allem aber Kontakt pflegen mit den Gästen. Das geniesse ich sehr.

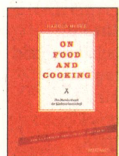
Markus Arnold Den «Aufsteiger des Jahres 2012» zieht es in die Freiheit

Seit zehn Wochen heisst es im Berner Klub-Restaurant Clé de Berne «Pop-up by Markus Arnold». Noch bis 23. Dezember serviert der Spitzenkoch zusammen mit seiner vierköpfigen Equipe ein Gourmetmenü, das Feinschmecker weit über Bern hinaus begeistert. Wie es nach dem 23. Dezember für ihn weitergeht, lässt sich der 32-Jährige noch offen.

2012 wurde Arnold von Gault Millau Schweiz zum «Aufsteiger des Jahres in der Deutschschweiz» gekürt. Längst zählt er

zur neuen Generation junger, wilder Spitzenköche in der Schweiz. Der Küchenchef aus Luzern, der seine Kochlehre im Gasthof Bahnhof in Wikon LU absolvierte, bescherte dem Restaurant Meridiano im Kursaal Bern zuletzt 17 GM-Punkten – bis er sich vergangenen Sommer für eine berufliche Veränderung entschied. Im «Meridiano» führt seit seinem Weggang Jan Leimbach, zuvor Küchenchef im Hotel Lenkerhof, die Geschicke. Ebenfalls mit Erfolg: Auch er erhielt 17 GM-Punkte. fee

Der überarbeitete Klassiker neu auch in Deutsch



Die vor über 20 Jahre erschienene erste Ausgabe von «On Food and Cooking» ebnete den Weg für die Entwicklung der Molekularküche: McGees umfangreiche Ausführungen zu Herkunft und chemischem Aufbau unserer Lebensmittel sind lehrreich und interessant, für Profis wie für passionierte Hobby-

Köche. Nun liegt die überarbeitete und aktualisierte Ausgabe des Standardwerks der Küchenwissenschaft auch in deutscher Sprache vor. McGee gibt Infos zu Herkunft, Geschichte und biochemischem Aufbau verschiedener Erzeugnisse und erklärt, wie und warum sie beim Kochen auf bestimmte Art und Weise reagieren.

Harold McGee, **On Food and Cooking**, Matthes Verlag, 880 Seiten, ISBN 3-8715-083-X, Fr. 109.–

Foodblogger über ihr Leben und ihre besten Rezepte

Die deutschsprachige Foodblog-Landschaft ist vielfältig und wächst unaufhörlich. Ariane Bille hat zwölf von ihnen ausgewählt: von



der Kulinarik-Journalistin über den Foodstylisten und den pensionierten Chemieingenieur bis zum Werbetexter und die unkonventionelle Gastronomin. Ihre Botschaften und Lebenseinstellungen könnten unterschiedlicher nicht sein, zeigen die Porträts; gemein ist ihnen die Freude am Genuss, wie ihre Lieblingsrezepte zeigen.

Ariane Bille, **Foodblogs und ihre besten Rezepte**, Haedcke Verlag, 80 Seiten, ISBN 3-7750-0661-3, Fr. 29.90

Nachschlagewerk für den täglichen Weingenuß



Sie zählt zu den bekanntesten Schweizer Wein-Autorinnen. In ihrem neuesten Buch «Das Weinhandbuch» erklärt Chandr Kurt rund 250 Begriffe – von Abgang über Dekantieren bis zu Zusatzstoffe – aus der Weinwelt, erfrischend unterhaltsam und gewohnt kompetent. Das Buch ist eine pri-

ma Ergänzung zu Kurts Weineinkaufsführer «Weinseller». Es erklärt die dort verwendeten Fachausdrücke und ist auch ein nützliches Nachschlagewerk für Fragen zum täglichen Weingenuß.

Chandr Kurt, **Das Weinhandbuch**, Werd Weber Verlag, 256 Seiten, ISBN 3-85932-711-9, Fr. 39.90

Streifzug zu den Weingütern Europas

In ihrem neuen Werk führt Paula Bosch, Deutschlands grosse Sommelière, auf eine Reise durch 30 erstklassige, europäische Weingüter von Spanien, Italien und Portugal über Deutschland und Frankreich bis nach Österreich, Ungarn und Kroatien. Ihre Umgebung so-



wie erlesene Rotweine stehen im Mittelpunkt dieser kulinarischen Genussreise. Daneben erklärt der Anti-Aging-Experte Markus Metka die Inhaltsstoffe, die in den roten Trauben stecken. fee

Markus Metka, Paula Bosch, **Rotwein. Eine Genussreise zu den besten Weingütern Europas**, Brandstätter Verlag, 224 Seiten, ISBN 3-85033-708-1, Fr. 49.90

Die Bücher sind erhältlich auf www.hotelleriesuisse.ch/buchshop

Am Puls der Branche!

htr – für Werbung die
auffällt.

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.

Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch

htr hotel revue

News

Zürioberland Tourismus auf dem Smartphone

Zwölf Prozent der Besucher schauen sich die Website von Zürioberland Tourismus mit dem Smartphone an. Um diesem Bedürfnis der mobilen Nutzer gerecht zu werden, ist neu ein Grossteil der Inhalte der klassischen Website für mobile Endgeräte optimiert verfügbar – so zum Beispiel der Veranstaltungskalender, Aktualitäten, das Wetter und die Webcams. Zürioberland Tourismus erstreckt sich über die drei Kantone Zürich, St. Gallen und Thurgau.

www.zurioberland-tourismus.ch

Zug Tourismus mit neuer, moderner Website



swiss-image/ Werner Morelli

Zug Tourismus präsentiert seine neue, moderne Website. Unter den Rubriken «Aktivitäten», «Kultur», «Unterkünfte», «Gastronomie» und «Gruppen» finden Interessierte und Gäste zahlreiche Informationen, um ihren Aufenthalt im «Zugerland» planen und vorbereiten zu können. Dazu hilft eine virtuelle Karte, auf der sämtliche Einträge georeferenziert sind. Besonders stolz bei Zug Tourismus ist man auf die «Sonnenuntergangs-Anzeiger» beim Wetter.

www.zug-tourismus.ch

Aus «Säge Flüh» wird «Schlüssel Oberwil»

Die «Säge-Wirte verlassen Hofstetten-Flüh: Wie die «Basler Zeitung» meldete, neigt sich in der Solothurner Gemeinde eine Ära dem Ende zu. Per Mai 2014 und nach über 20 Jahren übersiedelt das Gastro-Paar Sandra Marugg Suter und Felix Suter stadtwärts nach Oberwil. Dort wollen sie ihr mit 17 GM-Punkten und einem Michelin-Stern ausgezeichnetes Restaurant wiedereröffnen. Ihr neuer Standort ist das seit Sommer geschlossene Gourmetrestaurant Vival, welches zukünftig «Schlüssel» heissen soll.

www.schluessel-oberwil.ch

Minibars verschwinden aus den ICN-Zügen



Fransjos Gribi/zvg

Die SBB schaffen ihre rollenden Minibars auf den ICN-Zügen nun endgültig ab, schreibt die «Sonntagszeitung». Betroffen vom Verschwinden der Minibars sind die Passagiere aller 136 ICN-Züge. Diese können sich nur noch im Speisewagen mit Kaffee, Chips oder Schokolade decken. Die 50 betroffenen Mitarbeitenden werden neu bei den Speisewagen eingesetzt. Passagiere der 1. Klasse hingegen würden weiterhin am Platz bedient, so SBB-Sprecherin Patricia Claivaiz, sie könnten ihre Bestellung beim Speisewagen-Personal aufgeben.

Köpfe 2013 Teil 8

Seit 50 Jahren arbeitet Angelo Martinelli für das «Badrutt's Palace» in St. Moritz. Er habe einem Gast noch nie «Nein, das geht nicht» geantwortet, sagt der gebürtige Italiener.

RENATE DUBACH

Angelo Martinelli, wie feiern Sie Ihr 50-Jahr-Jubiläum im «Badrutt's Palace»?
Gar nicht, ich habe kein Fest organisiert. Wir haben zurzeit sehr viel zu tun im Hotel, und grosse Feiern mag ich ohnehin nicht so. Ich gehe lieber mit meinen zwei Labrador-Hunden spazieren.

Aber Sie erinnern sich schon noch an den 18. Dezember 1963?

Ja natürlich, an diesem Tag trat ich meine erste Stelle an, im «Corviglia Club Chesa Veglia» als Commis de Rang. Ich erinnere mich an jede Station seither. Von 1963 bis 1992 arbeitete ich nur im Winter in St. Moritz, im Sommer war ich irgendwo tätig. Beispielsweise von 1971 bis 1976 als Oberkellner in Paris, im «Maxim's». Damals war das eines der besten Restaurants der Welt. Dort habe ich viele prominente Gäste bedient, darunter waren etwa Brigitte Bardot und Jeanne Moreau. Aber in St. Moritz auch, da waren der Schah von Persien zu Gast, die Barone Rothschild und der Aga Khan.

Serie Vom Hotelier zur Wein-Dozentin – das waren unsere «Köpfe 2013»

Angelo Martinelli war 19 Jahre alt, als er am 18. Dezember 1963 seine Stelle als Commis de Rang im Badrutt's Palace Hotel antrat, seither ist er dem legendären St. Moritzer Hotel treu geblieben. Dieses «goldene Jubiläum» ist Grund genug, fanden wir, den gebürtigen Italiener als krönenden Abschluss in unsere Serie «Köpfe 2013» aufzunehmen.
In der Serie stellten wir Persönlichkeiten mit Branchenbezug vor, welche 2013 mit



In Rente zu gehen, ist für ihn noch keine Option: Angelo Martinelli feiert sein «Goldenes Jubiläum» im Badrutt's Palace Hotel.

50 Jahre im Dienste prominenter Gäste

Sie haben auch für den Aga Khan persönlich gearbeitet. Stimmt. 15 Sommersaisons lang führte ich seinen Jachtclub an der Costa Smeralda. 1992 wurde ich Direktor der «Chesa Veglia», von 2001 bis 2008 war ich F&B-Direktor im «Palace», seit 2008 Resident Manager.

Was ist Ihre Hauptbeschäftigung als Resident Manager?

Ich schaue, dass alle Gäste zufrieden sind. Das heisst, ich schaue überall ein bisschen rein, in den F&B-Bereich, in die Küche, die Lingerie. Es muss alles stimmen.

Das tönt ziemlich anstrengend.

Ich würde nicht anstrengend sagen, es ist eine schöne Arbeit.

«Bis 1992 war ich nur im Winter in St. Moritz, mal Sommer auch mal im Maxim's.»

Angelo Martinelli
Badrutt's Palace Hotel

Nächstes Jahr werden Sie 70 Jahre alt, in Rente gehen reizt Sie nicht?
In Pension kann man gehen, wann man will. Ich arbeite sehr gerne und bin gesund. Aber wenn der Moment für mich kommt, dann gehe ich.

Sie sollen viele persönliche Eigenheiten und Vorlieben Ihrer Gäste auswendig wissen. Haben Sie diese nicht in einem Computer gespeichert?
Nein, ich schaue nur im Computer nach, welcher Gast wann und für wie lange

kommt, die Einzelheiten weiss ich einfach. Viele sind ja Stammgäste, die ich seit Langem kenne. In der Weihnachts- und Neujahrzeit sind etwa 75 Prozent «Returning Customers». Ich freue mich sehr, wenn ich unsere Gäste wiedersehe.

Wie haben sich die Gäste verändert in den letzten 50 Jahren?
Sie haben sich nicht verändert, ihre Lebensweise ist nicht mehr

dieselbe. Früher gab es Gäste, die reisten Mitte Dezember an und zu Ostern wieder weg. Das gibt es heute nicht mehr. Heute sind die Gäste ein paar Tage hier, zwei Tage in Paris, dann reisen sie nach Hongkong oder nach New York.

Und wie haben sich Ihre Angestellten verändert?
Sie sind nicht anders als früher. Rund 80 Prozent unserer Mitarbeitenden kommen ja immer wieder zurück. Die

meisten sind genauso leistungsbereit wie früher.

Das müssen sie auch sein. Haben Sie selber je einmal zu einem Gast: «Es tut mir leid, das ist unmöglich» gesagt? Nein, ich glaube nicht. Es gibt immer eine Lösung. Wichtig ist, dass man jederzeit ruhig bleibt und nicht emotional reagiert, auch wenn ein Gast einmal gereizt ist.

Oder wenn er einen extravagant Wunsch hat?

Ja, wir versuchen alles, um Gästewünsche zu erfüllen. Oft ist es nur eine Frage der guten Organisation. Kürzlich hat ein Gast ganz spezielle Biscuits gewünscht, die es nur in Paris gibt. Wir haben ja gute Verbindungen zu Hotels in vielen Ländern. Jedenfalls waren die Biscuits in zwei Tagen hier. Oder wenn es ein kleines Problem mit einem Zimmer gibt und wir ausgebucht sind und die Gäste nicht wechseln können, dann kann man die Lage meist mit Ruhe, Erklärungen, Blumen und Schokolade entspannen.

Hochalpiner Genuss auf 3883 m ü. M.

Nach einer achtwöchigen Umbauzeit wurde das höchstgelegene Restaurant Europas eröffnet: das «Matterhorn Glacier Paradise» auf dem Klein Matterhorn.



Moderne Inneneinrichtung, ein Peak-Shop und eine einzigartige Aussicht: das Restaurant Matterhorn Glacier Paradise.

Das Touristenzentrum «Matterhorn Glacier Paradise» auf dem Klein Matterhorn auf 3883 m ü. M. ist ein Ort der Superlative: Es gilt als höchste Aussichtsplattform Europas, als höchste Bergstation der Alpen und als höchstgelegenes Minergie-P-Gebäude der Welt. Nun wurde auch das Restaurant Matterhorn Glacier Paradise eröffnet: Bis vor wenigen Jahren erwarteten den Besucher auf dem Peak noch einfache Verpflegungsmöglichkeiten und rudimentäre sanitäre Anlagen – vergangenen Sommer hat die Zermatt Bergbahnen AG das Restaurant übernommen und renoviert. Das

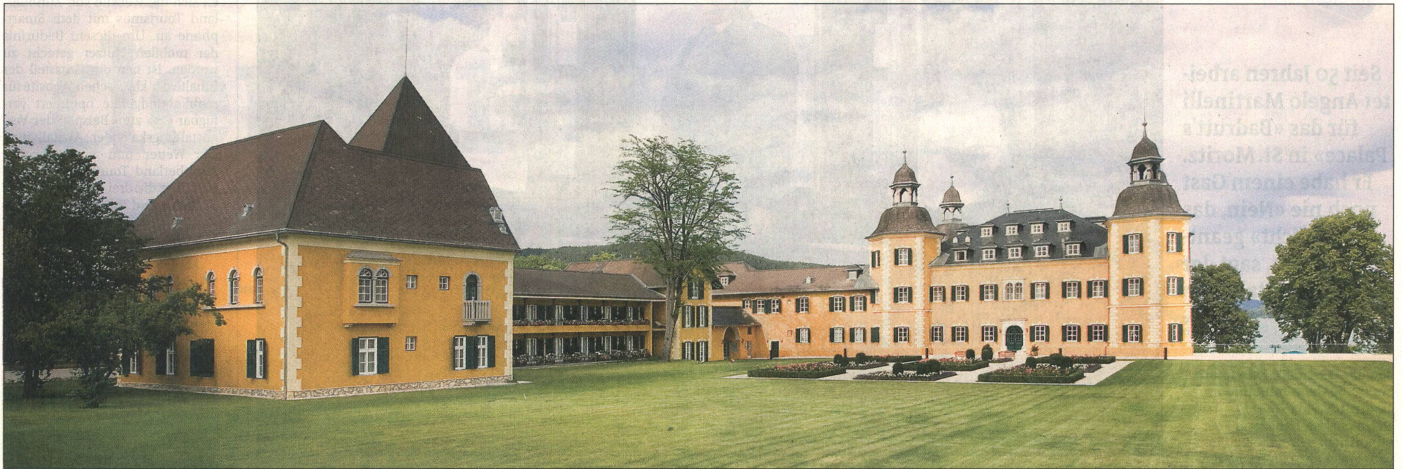
neue Restaurant mit Selfservice und atemberaubendem Panorama wartet mit einer modernen Innenarchitektur im alpinen Design und mit diversen Köstlichkeiten auf. Gemeinsam mit dem Umbau wurde auch ein neues Shop-Konzept umgesetzt: Im mit Bergsteigerseilen abgetrennten Peak-Shop können gebrandete «Matterhorn-Glacier-Paradise»-Souvenirs und -Artikel erstanden werden.

Das Zentrum ist mit der Bahn erreichbar, der Peak wird jährlich von mehr als einer halben Million Menschen besucht.

www.matterhornparadise.ch

dolce vita

htr hotelrevue Nr. 51/52 / 19. Dezember 2013



Das Schlosshotel Velden am Wörthersee hat seine Ursprünge im 16. Jahrhundert. Nach aufwendigen Renovationen präsentiert es sich heute als Vorzeigemodell.

Bilder zvg

Verführerisches Schlosshotel

Flaggschiff Im ehemaligen Lustschloss am Wörthersee hat die österreichische Falkensteiner Gruppe das luxuriöse Schlosshotel Velden mit Design-Suiten installiert.

PATRICIA BRÖHM

St-Tropez und St. Moritz, Monte Carlo und Gstaad – die Tummelplätze des internationalen Jetsets waren auch die Lieblingsorte von Gunter Sachs, der in den grossen Hotels ein- und ausging. Doch nur das Schlosshotel am Wörthersee liebte er so sehr, dass er es 1990 sogar kaufte. Er hegte grosse Pläne für den sonnengelben Renaissancebau mit den markanten Türmchen, plante eine Andy-Warhol-Pyramide über dem Schlosssteich, musste aber nach einigen Jahren einsehen, dass er nicht zum Hotelier taugte.

Als er das Anwesen für 22 Millionen Euro an die Kärntner Hypo Alpe-Adria-Bank verkaufte, behielt er zur Erinnerung eine 200 m²-Suite im Südturm, die er von den Schweizer Graffiti-Künstlern Dare und Toast als begehrtes Kunstobjekt in Schwarz und Weiss gestalten liess. Bis heute ist die Suite im Besitz der Familie Sachs, kann aber seit 2012 auch von Hotelgästen gebucht werden. Sachs war nicht die erste schil-

lernde Persönlichkeit in der reichen Geschichte von Schloss Velden. Von 1590 bis 1603 vom Kärntner Landeshauptmann als Lustschloss erbaut, war es von jeher Mittelpunkt des gesellschaftlichen Lebens in der Region.

Das Schloss als Kulisse für beliebte TV-Serie

1894 verwandelte der Wiener Selfmade-Millionär und Bohémien Ernst Wahlliss das Schloss in ein Grandhotel für das verwöhnte k.u.k.-Publikum. Prominenz und



Schlossambiente in der Empfangshalle.



Die Schlossbar lädt zum Verweilen ein.



Kontrastbetonende Design-Suite.

Hautevolee hielten dem Anwesen auch im 20. Jahrhundert die Treue, darunter Filmstars wie Ingrid Bergman, Kirk Douglas und Omar Sharif sowie Romanciers wie Somerset Maugham oder Ian Fleming, der Schöpfer der James-Bond-Figur. Anfang der 1990er-Jahre wurde das Haus einem brei-

ten Publikum als Kulisse für die TV-Serie «Ein Schloss am Wörthersee» bekannt.

Das heutige Gesicht des Schlosshotels mit dem modernen Anbau entsteht ab 2004 nach Plänen der Wiener Architekten Jabornegg & Pálffy. Rund 100 Millionen Euro investiert die Hypo

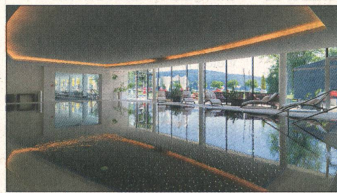
Alpe-Adria-Bank während des dreijährigen Umbaus. Im Mai 2007 eröffnet das neue Vorzeigebauwerk. 7000 Veldener Schaulustige pilgerten am ersten Tag durch die neuen Räumlichkeiten und bewunderten fast ein Dutzend verschiedener Marmorarten, von Noir Port Saint Laurent über Grigio Carnico bis Carrara Statuario. Im direkt am Wasser gelegenen Restaurant Seespitz sorgt die versenk-

bare Glasfront für Aufsehen: Sie ist 3,6 Meter hoch, 25 Meter breit, 8250 Kilo schwer und verschwindet per Knopfdruck einfach im Fussboden, sodass die Gäste im Sommer (fast) im Freien sitzen.

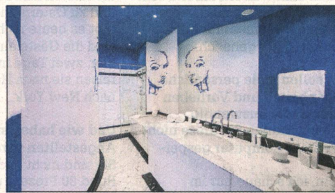
stammt und bei namhaften Köchen wie Eckart Witzigmann, Heinz Winkler und Alfons Schuhbeck Erfahrungen sammelte, wurde diesen Oktober auf Anhieb vom GaultMillau Österreich mit 17 Punkten ausgezeichnet. Er setzt auf hervorragende Produkte, die er mit Kreativität aber ohne modische Attitüden in Szene setzt. Auch hier schliesst sich

«Die Suite der Familie Sachs kann auch von Hotelgästen gebucht werden.»

ein Kreis: der Saibling, sanft geräuchert und vom eigenen Kaviar sowie einem Schwarzwurzelöl begleitet, kommt aus dem Schlosssteich, der das Haus durch alle Phasen seiner reichen Geschichte begleitet hat.



Das neu eröffnete Acquapura Spa lässt den Gästen des Schlosshotels keine Wünsche offen.



Gunter Sachs liess seine Suite mit Graffiti von Schweizer Künstlern verzieren.

Falkensteiner Von der kleinen Pension zum Hotelimperium mit dreissig 4- und 5-Sterne-Häusern und 1700 Angestellten

Alles beginnt 1957 mit der Eröffnung einer kleinen Pension im Südtiroler Ort Ehrenburg in der Nähe von Bruneck. Maria und Josef Falkensteiner opfern für die sieben Gästebetten sogar die Kinderzimmer, die Söhne Andreas und Erich müssen vorübergehend auf dem Heuboden schlafen. Das Engagement zahlt sich aus, schon Anfang der 1960er-Jahre ist der Familienpension ein 80-Betten-Hotel geworden, das Falkensteiner Hotel Lido Ehrenburgerhof.

1978 müssen die Söhne, noch nicht einmal 20 Jahre alt, nach dem frühen Tod des Vaters die Geschäfte übernehmen. 1980 eröffnen sie ein zweites Haus, den Falkensteiner Hof in Vals/Südti-

rol, ein frühes Wellnesshotel. Die Brüder wissen genau, was sie wollen: «Wir wollten unseren Gästen Südtiroler Bodenständigkeit, Herzlichkeit und eine ganz besondere Lebensfreude nahebringen», erinnert sich Andreas Falkensteiner.

1997 werden mit dem ersten Stadthotel in Wien die Weichen in Richtung Expansion gestellt, noch im selben Jahr kommen zwei Hotels in Kärnten dazu. Ab 2000 orientiert man sich in Richtung Südosteuropa, zunächst mit zwei Hotels in Kroatien, später wird das Portfolio um Häuser in Tschechien, Serbien, Ungarn und der Slowakei ergänzt. 2006 wird eine neue Konzernstruktur in Form einer Holding Company geschaffen, die alle Unterneh-

mensbereiche unter einem Dach vereint: die FMTG-Falkensteiner Michaeler Tourism Group AG. 2011 übernimmt man die Betriebsführung des Schlosshotel Velden sowie zwei weitere Fünf-Sterne-Betriebe. Im Sommer 2014 wird ein Falkensteiner Hotel in Jesolo/Italien eröffnen, weitere Projekte in Österreich, Deutschland, Italien und Tschechien sind geplant.

Heute arbeiten mehr als 1700 Menschen in derzeit 30 Vier- und Fünf-Sterne-Hotels für die Falkensteiner Michaeler Tourism Group. «Die Weichen für ein weiteres Wachstum in Zentral-, Ost- und Südosteuropa sind gestellt», erklärt FMTG-CEO Otmar Michaeler die Expansionsstrategie. pb



Der Ballsaal ist im klassischen Stil gehalten.

Top-Wellnessanlage und Gourmettempel als Krönung

Als das illustre Haus 2011 erneut den Besitzer wechselt, schliesst sich ein Kreis: Karl Wlasek, Gründer der Billa-Supermärkte und einer der vermögendsten Österreicher, kauft das Hotel, in dem er einst in den 1950er-Jahren mit seiner Charlie Walker Band zum Tanz aufspielte. Er beauftragt die Falkensteiner Gruppe (siehe Kasten) mit dem Management des Hauses und investiert 2013 erneut. Im August dieses Jahres wurde das auf 3600 m² neu gestaltete Acquapura Spa eröffnet, es bietet eine Top-Saunalandschaft, einen Panorama-Gartenpool und Wirkstoffkosmetik. Dazu kommt ein Medical Spa rund um Ästhetik, Prävention und geistige Gesundheit, wo erfahrene Ärzte die Gäste beraten.

Seit April 2013 ist auch das Gourmetrestaurant «Schlossstern» wieder geöffnet. Küchenchef Paul Schrott, der aus Südtirol

Fakten Luxus pur im Schlosspark

Das **Falkensteiner Schlosshotel Velden**, Mitglied der «Leading Hotels of the World», zählt 104 Zimmer und Suiten (31–300 m²). Im Schlosspark (6,5 Hektar) liegen zudem 40 luxuriöse Appartements (140–500 m²) mit Hotel-Service. Im Mai 2007 wurde das Haus nach einer dreijährigen Renovierungsphase und einem Investment von rund 100 Millionen Euro wiedereröffnet; 2013 wurden erneut rund 3 Millionen Euro in den neuen Acquapura Spa (3600 m²) samt Medical Spa investiert. Die Auslastung beträgt im Jahreschnitt 45–50%, während der Hochsaison (Juni–September) mehr als 85%. pb

www.falkensteiner.com

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. 51/52 · 19. Dezember 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

WERTVOLLES NETZWERK ALUMNI

Eine abgeschlossene höhere Ausbildung ist zweifelsohne ein wichtiger Meilenstein in jeder beruflichen Karriere. Gerade in unserer Zeit, in welcher die Bildung mehr denn je als lebenslanger Prozess verstanden wird, bringt die Rückbindung an die Ausbildungsstätte viele Vorteile mit sich.

Vorteile Alumni

Nebst einem globalen Netzwerk fördert eine Alumni-Vereinigung einen aktiven Meinungs- und Erfahrungsaustausch sowie den wichtigen Wissenstransfer zwischen Theorie und Praxis. Ein massgeschneidertes Weiterbildungsprogramm und gesellschaftliche Anlässe mit beruflichem Hintergrund ergänzen die vielfältigen Aktivitäten einer Ehemaligenvereinigung. Die Absolventen des Nachdiplomstudiums HF Hotelmanagement (Unternehmerseminar) organisieren sich seit 1968 in einem generationenübergreifenden, einzigartigen Netzwerk – der Vereinigung diplomierter Hoteliers VDH. Nebst der Pflege eines aktiven Netzwerks und dem regen Erfahrungsaustausch engagiert sich die VDH im Weiterbildungsbereich und setzt sich für die Zukunft des Nachwuchses an unternehmerisch orientierten Führungskräften ein.

Die Werte der Vereinigung basieren auf einer menschen- und dienstleistungsorientierten nachhaltigen Unternehmensführung, die bereit ist, Verantwortung zu übernehmen. Diese Werthaltungen sind bereits 1988 in einer wegweisenden Charta niedergelegt worden. Zudem

unterstützt die von einem Gründer des Unternehmerseminars ins Leben gerufene und nach ihm benannte «Stiftung Hans Schellenberg» Teilnehmende am NDS HF Hotelmanagement mit zinslosen Darlehen oder Stipendien.

Das Netzwerk

Bereits in den Weiterbildungszyklen geschaffene, enge Beziehungen ermöglichen einen offenen und einfachen Zugang zu Kolleginnen und Kollegen in unterschiedlichsten Funktionen und Aufgabengebieten. Die gesellschaftlichen Veranstaltungen und innovativen Weiterbildungsprogramme der VDH finden in regelmäßigen Abständen mehrmals im Jahr statt. Hier trifft man Leute, die mit ähnlichen Fragen und Problemen konfrontiert sind, diskutiert neue Ideen und Projekte, setzt Trends und neue Massstäbe. Gerade an solchen Anlässen findet der für die Schweizer Hotellerie enorm wichtige Meinungs- und Erfahrungsaustausch sowie Wissenstransfer statt. Und nicht zuletzt knüpft man freundschaftliche Bande, welche ein Leben lang halten!

Die Zugehörigkeit zu einer Alumni-Vereinigung ist für mich schlicht unverzichtbar!



Michael Max Müller
Direktor Hotel Edelweiss, Sils-Maria
www.vdh.ch

ZITAT
DER WOCHE

«Die meisten Menschen denken darüber nach, was die anderen Menschen über sie denken»

Sean Connery

AGENDA

3. FEBRUAR

«Lernende trimmen sich fit», vom Berufsverband Restauration, bei Hotel & Gastroformation Aargau, in Unterentfelden
www.hotelgastrounion.ch

20. FEBRUAR

«Mental fit für die Prüfung», vom Berufsverband Hotel-Administration Management, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

20. FEBRUAR

«Flambieren und Tranchieren», vom Berufsverband Restauration, in Luzern
www.hotelgastrounion.ch

27. FEBRUAR

«Ausbildung zum Qualitäts-Trainer Stufe 2», von hotelleriesuisse, im Hotel Innere Enge, in Bern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

4. MÄRZ

«Ausbildung zum Qualitäts-Coach Stufe 1», von hotelleriesuisse, im Hotel Cascada, in Luzern
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

15. APRIL

«KOPAS – Kontaktperson für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Gastgewerbe», von hotelleriesuisse, im Seminarhotel Sempachersee, in Nottwil
www.hotelleriesuisse.ch/Kurse

Schweizer Hotel-Datenbank www.swisshoteldata.ch

Das umfassende Hotelverzeichnis
der Schweizer Hotellerie

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

Im Gastgewerbe gibt es jährlich 13.000 Betriebsunfälle. In der Bäckerbranche sind es 71 Unfälle auf 1.000 Beschäftigte (1995–2005). Rund 750 Berufsunfälle pro Jahr verursachen Kosten von sieben Millionen Franken. Erfreulich ist, dass die Zahl der Unfälle sinkt. «Profil» gibt wöchentlich Tipps, damit noch mehr Unfälle vermieden werden können.

Sacklager/Stapel
Gefährdung:
 Verletzungen durch umstürzende Stapel

- Mögliche Sicherung:**
- Bei horizontaler Lagerung Waren kreuzweise aufeinanderschichten, eventuell Zwischenbretter verwenden
 - Eine vertikale Lagerung von Säcken ist auf 4- bis 6-mal die Breite zu begrenzen
 - Beim Übereinanderstapeln Tragkraft der Gebinde berücksichtigen (z. B. einknickende Schachteln)

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

WIESO WERDEN EINIGE WEITERBILDUNGSLEHRGÄNGE AUS DEM L-GAV FINANZIERT?



STEFAN UNTERNÄHRER

Leiter Rechtsdienst, Hotel & Gastro Union

Im Jahr 2010 entschieden die Sozialpartner, das Mindestlohnsystem im Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV) konsequent an Ausbildungsabschlüssen auszurichten. Dieses Kriterium erachteten die Sozialpartner für einen L-GAV als zeitgemässer als das etwas in die Jahre gekommene Kriterium der Berufserfahrung. Das neue Mindestlohnsystem motiviert die Mitarbeitenden, sich weiterzubilden. Von besser qualifizierten Mitarbeitenden wiederum können die Betriebe eine bessere Dienstleistungsqualität und eine höhere Produktivität erwarten. Es reicht aber nicht, dass Mitarbeitende sich weiterbilden wollen. Sie müssen sich auch weiterbilden können und weiterbilden dürfen. Deshalb führte die Sozialpartner im L-GAV 10 ein Aus- und Weiterbildungskonzept ein. Durch eine finanzielle Unterstützung können sich gastgewerbliche Berufsleute eine Aus- oder Weiterbildung leisten, ohne finanziell in Schwierigkeiten zu kommen. Durch die Zahlung eines Lohnersatzes an die Arbeitgeber werden diese belohnt, wenn sie ihren Mitarbeitenden eine Aus- oder Weiterbildung ermöglichen. Das Aus- und Weiterbildungskonzept wertet das Ansehen der gastgewerblichen Berufe auf. Jetzt wird im Gastgewerbe Aus- und Weiterbildung grossgeschrieben – das war nicht immer so.



MARC KAUFMANN

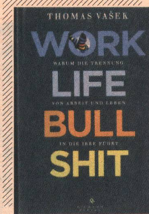
Leiter Wirtschaft und Recht, hotellerieuisse

Die Sozialpartner haben mit dem neuen Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV) beschlossen zu versuchen, die Produktivität und die Attraktivität durch eine gross angelegte Förderung der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden zu steigern. Die Rekrutierung von gut qualifiziertem Nachwuchs wird durch die schwierigen demografischen Bedingungen und den Trend zur Akademisierung der Berufswelt immer prekärer. Beides sind grosse Herausforderungen für das Gastgewerbe. Durch das System werden nicht nur die Weiterbildungskosten des Mitarbeitenden weitestgehend übernommen, sondern der Arbeitgeber wird durch eine Übernahme eines grossen Teils des Erwerbsausfalls motiviert, die Mitarbeitenden bei ihrer Weiterbildung zu unterstützen. Dies gilt sowohl für niederschwellige Angebote wie Progresso bis zu den Berufsprüfungen. Es entsteht ein finanzieller Mehrwert für beide Seiten: Arbeitnehmer können sich professionell weiterbilden, und Arbeitgeber finden einfacher gut qualifizierte Mitarbeitende. Mitarbeitende, die sich weiterbilden dürfen, wechseln zudem seltener den Arbeitgeber, verringern damit die Fluktuation und bleiben auch der Branche treu. Am Ende profitieren beide Seiten, deshalb: Gut für alle!

BUCHTIPP

ERST DIE ARBEIT, DANN DAS VERGNÜGEN?

«Ich liebe meine Arbeit. Ohne könnte ich nicht leben. Oft stehe ich frühmorgens auf, um schon mal was wegzuschaffen. Und am liebsten arbeite ich an Wochenenden oder im Urlaub. Bin ich ein Workaholic, ein Karrierist, ein Süchtiger, womöglich am Rande des Burnout?» Mit dieser Frage beginnt das Buch vom Philosophen Thomas Vašek. Seine Antwort ist nein, weil die Arbeit ihn ausfülle. Vašek geht von der These aus, dass die Trennung von Arbeit und Leben falsch sei. Wenn ein Mensch zum Schluss komme, dass seine Arbeit schlecht sei, krank mache oder ihn hindere, sein wahres Selbst zu entfalten, müsse man etwas ändern. Denn die Arbeit gehöre nicht nur zum Leben, sie bereichere uns, gebe uns Sinn – und mache uns erst zu dem, was wir sind. Ohne Arbeit gibt es für ihn kein gutes Leben. Denn ohne Arbeit verkümmere der Mensch. Das ist eine etwas gewagte Aussage, denn dann würden alle Pensionierten und Hausfrauen/-männer verkümmern. Aber es ist ein Plädoyer dafür zu schauen, dass man eine Arbeit sucht, die einen erfüllt. Und so gesehen, ist das Buch ein guter Denkanstoss. (mgs)



«Work Life Bullshit»

Riemann Verlag von Thomas Vašek

ISBN 978-3570501535 CHF 18.00

AUS- UND WEITERBILDUNG

GASTRO SUISSE
 Für Hotellerie und Restauration

FEUER UND FLAMME
 Kochkurs für die Feinschmecker

Peripatetisch, Obermorschwil, Saal 1902
 26. bis 30. Januar 2014
 Waldhotel National Arosa
 Anmeldung und detaillierte Informationen
www.gastrouisse.ch | 0848 377 111

2575/9807

Das Intensivseminar
GASTRO SUISSE

Der Schweizer Bier-Sommelier®
 Bier entdecken, verkosten und erfolgreich verkaufen

Termine: berufsbegleitend
 Start Frühling: Montag, 16. März 2014
 Start Herbst: Dienstag, 23. September 2014

Weitere Informationen
 GastroSuisse
 Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
 Tel. 0848 377 111 www.gastrouisse.ch

23667-9666

Das Intensivseminar
GASTRO SUISSE

Ich bin Vorgesetzter
 Mitarbeiterführung in Richtung Erfolg

Termine: berufsbegleitend
 Start Frühling: Donnerstag, 6. März 2014
 Start Sommer: Donnerstag, 19. Juni 2014
 Start Herbst: Donnerstag, 23. Oktober 2014

Weitere Informationen
 GastroSuisse, Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
 Tel. 0848 377 111 www.gastrouisse.ch

25368-9687

Das Intensivseminar
GASTRO SUISSE

Der Schweizer Spirituosen-Sommelier®
 Die Welt der Edelbrände kennen, verstehen und verkaufen können
 Mit international anerkanntem Zertifikat WSET® Level 2

Termine: berufsbegleitend
 Start Frühling: Montag, 19. März 2014
 Start Herbst: Montag, 17. September 2014

Weitere Informationen
 GastroSuisse
 Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
 Tel. 0848 377 111 www.gastrouisse.ch

25364-9683

GASTRO SUISSE
 Für Hotellerie und Restauration



Gastro-Unternehmergeausbildung
 In drei Stufen. Berufsbegleitend.
 Gastro-Unternehmergeausbildung mit eidg. Diplom

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

Nächste Seminare: 13. Januar 2014 in Bern und 30. Januar 2014 in Zürich – jetzt anmelden!
L-GAV-Ausbildungsunterstützung von CHF 5'000.–

Weitere Informationen
 GastroSuisse
 Gastro-Unternehmergeausbildung
 Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
 Tel. 084 377 82 23 weiterbildung@gastrouisse.ch
www.gastrouisse.ch

2772-10336

Das Intensivseminar
GASTRO SUISSE

Der Schweizer Wein-Sommelier®
 Kompaktes Weinwissen für GastroProfis

Termine: berufsbegleitend
 1. Teil: Start Frühling: 18.01.14, Start Sommer: 04.05.14, 2. Teil: Start Herbst: 30.09.14.

Weitere Informationen
 GastroSuisse
 Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
 Tel. 0848 377 111 www.gastrouisse.ch

25096-9557

Das Intensivseminar
GASTRO SUISSE

Der Rezeptionskurs
 Professioneller Gästempfang im Hotel

Termine: berufsbegleitend
 Start Frühling: Mittwoch, 26. März 2014
 Start Herbst: Montag, 22. September 2014

Weitere Informationen
 GastroSuisse
 Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
 Tel. 0848 377 111 www.gastrouisse.ch

25179-9694

Alles über Aus- und Weiterbildung
www.hoteljob.ch



Das PFLEGEZENTRUM BRUNNMATT bietet 68 betagten Menschen ein Zuhause und beschäftigt 103 Mitarbeitende inklusive 12 Auszubildende in verschiedenen Berufen und verfügt über drei Pflegegruppen, davon eine spezielle Abteilung für Bewohnende mit fortgeschrittener Demenzerkrankung.

Seit September 2012 führen wir auch ein öffentliches Restaurant, das Café-Restaurant Brunnmatt.

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

Leiter/in Verpflegung 100%

Ihr Verantwortungsgebiet:

- Sie sind verantwortlich für die personelle, fachliche und organisatorische Führung des Verpflegungsbereichs
- Mitarbeit bei speziellen Anlässen und bei Caterings
- Laufende Weiterentwicklung des Verpflegungsbereichs

Sie bringen mit:

- Abgeschlossene 3-jährige Berufsausbildung zur Köchin/zum Koch
- Abgeschlossene Ausbildung zum/zur Spital- oder Heimköchin/-koch
- Mindestens 5 Jahre Berufs- und Führungserfahrung in der Gemeinschaftsgastronomie und/oder in der Heimküche
- Erfahrung in der Ausbildung von Lernenden
- Hohe Sozialkompetenz, Teamfähigkeit und Flexibilität
- PC-Anwenderkenntnisse

Wir bieten Ihnen:

- Eine abwechslungsreiche Kaderstelle (Mitglied des Leitungsteams)
- Arbeiten in einem kollegialen, aufgestellten Team
- Zeitgemässe Sozialleistungen
- Möglichkeit zur Weiterbildung

Interessiert? Dann richten Sie bitte Ihre **vollständigen** Bewerbungsunterlagen mit Bild an uns. Für ergänzende Auskünfte wenden Sie sich bitte an Herrn Andreas Meyer, Telefon 061 927 57 01.



PFLEGEZENTRUM BRUNNMATT
Andreas Meyer
Arisdörferstrasse 21
4410 Liestal
andreas.meyer@brunnmatt.ch

30285-1067

Gastrag

friendly Restaurants, Pubs & Hotels

Für unseren renovierten **Traditionsbetrieb „Bierstube zum Stadtkeller“** im Herzen von Basel mit ca. 80 Plätzen und kleinem Boulevard suchen wir per sofort einen

Geschäftsführer oder Pächter

Sie erhalten die Möglichkeit, sich als leidenschaftlicher, frontorientierter Gastgeber mit viel Engagement einzubringen und führen Ihr Team mit Ihrer kompetenten, freundlichen und offenen Art. Sie verstehen es, dank Ihres guten Beziehungsnetzes, neue Gäste zu akquirieren und somit Ihre Fähigkeiten als extrovertierte und gästerorientierte Persönlichkeit umzusetzen. Sie erledigen die täglichen administrativen Arbeiten mit Freude und sehen es als Herausforderung, die Vorgaben umzusetzen.

Sie bringen mit:

- Abgeschlossene gastronomische Berufslehre, Hotelfachschule oder Wirtepatent
- Führungspersönlichkeit mit Organisationstalent
- Unternehmerisches Denken nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen
- Einige Jahre Berufserfahrung in ähnlicher Stelle
- Sie bewahren Ruhe, auch in hektischen Situationen
- Gute Sprachkenntnisse (Deutsch, Englisch, Französisch)

Fühlen Sie sich angesprochen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Gastrag - friendly Restaurants, Pubs & Hotels
Herr Grischa Cassini, Elisabethenstrasse 7, 4002 Basel
g.cassini@gastrag.ch • www.gastrag.ch

30285-1067



Das Erfolgsrezept in unserem Restaurant **MISTER WONG** ist einfach: frische Zutaten, raffiniert und abwechslungsreich gewürzt, schnell und mit Flair zubereitet und mit einem Lächeln serviert. Für unsere **MISTER WONG**-Betriebe in der Region **Basel** suchen wir per sofort eine

Geschäftsführer-Assistentin

Ihre Aufgabe ist die Unterstützung des Geschäftsführers beim „daily business“ sowie die Übernahme von Verantwortung bei dessen Abwesenheit. Sie helfen bei der Betreuung der Gäste sowie bei der Erledigung von administrativen und organisatorischen Arbeiten.

Sie haben eine Berufslehre in der Gastronomie absolviert, bringen Fronterfahrung (Bedingung) mit und sind ausserdem eine kommunikative und begeisterungsfähige Gastgeberin. Wir bieten ein aufgestelltes und motiviertes Team.

Genau die richtige Herausforderung für Sie? Dann senden Sie uns Ihre **vollständigen** Bewerbungsunterlagen:

Restaurant MISTER WONG
Frau Madlen Loleit
Centralbahnplatz 1, 4051 Basel
m.loleit@gastrag.ch • www.mister-wong.ch

30285-1067

Waisenhaus

Sie teilen mit uns die Freude an der Gastfreundschaft. Sind menschenfreundlich, respektvoll und begeisterungsfähig. Denken und handeln dienstleistungsorientiert. Und legen Wert auf Details.

Für die Leitung des Restaurants Waisenhaus in Thun suchen wir per 15. Januar 2014 oder nach Vereinbarung eine

Geschäftsführung (m/w)

Ihre Aufgaben

- Gesamtverantwortung für einen reibungslosen Betriebsablauf
- Betreuung der Gäste und aktive Mitarbeit im Restaurant
- Einstellen und Führen der rund 20 MitarbeiterInnen
- Sicherung des Qualitätsstandards und Umsetzung des Betriebskonzeptes
- Erreichen der internen Betriebsvorgaben
- Umsetzung unserer Geschäftspolitik sowie deren Vision
- Einkauf von Food- und Non-Food-Produkten
- Monatliche Inventaraufnahme
- Erstellen des Jahresbudgets für alle Bereiche
- Administrationsarbeiten

Ihre Ressourcen

- Fundierte Berufserfahrung aus einer vergleichbaren Position
- Ausbildung in der Gastronomie
- Mindestens 2 Jahre Führungserfahrung
- Frontorientierte Persönlichkeit und überzeugendes, engagiertes Auftreten
- Sehr gute Deutschkenntnisse, Sprachkenntnisse in Italienisch und Englisch von Vorteil
- Zuverlässige und strukturierte Arbeitsweise mit betriebswirtschaftlichen Kenntnissen

Wir bieten Ihnen eine äusserst vielseitige, herausfordernde Tätigkeit sowie Freiraum für Selbständigkeit und Eigeninitiative mit Entwicklungspotenzial. Bei uns steht die Freude an der Arbeit im Zentrum.

Wir sind

in der Gastronomie tätig und pflegen dabei die italienische Tafelkultur und vermitteln Lebensfreude in einem unverkennbaren Ambiente. Wir arbeiten – je nach Standort – mit unterschiedlichen Konzepten und betreiben 40 Ristoranti in der ganzen Schweiz.

Unsere Familienunternehmung umfasst zudem die Weinhandlung mit ausgeprägter Italienkompetenz, die Gipser- und Handwerksbetriebe sowie die Immobiliengesellschaft. Wir sind ein Team mit rund 1200 MitarbeiterInnen.

Wirken Sie bei der Weiterentwicklung unserer Unternehmung mit.

La vita è bella.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Monika Farmer, Geschäftsleitung MitarbeiterInnen (HR), monika.farmer@bindella.ch

BINDELLA terra vite vita

Bindella terra vite vita SA | Höggerstrasse 115 | 8037 Zürich | T 044 276 60 60 | mitarbeiterinnen@bindella.ch | www.bindella.ch

30271-1067

kongress kirchgemeindehaus liebestrasse

En Guete!

Heisser Fleischkäse mit Kartoffelsalat oder 4*-Gourmet-Menu? Beides! Das Kongress- und Kirchgemeindehaus Liebestrasse ist ein einzigartiges Tagungszentrum im Herzen von Winterthur. Die Trägerschaft ist stolz auf einen modernen, lebendigen Begegnungsort, der auch punkto Gastronomie keine Wünsche offen lässt. Das Haus bietet verschiedensten Zielgruppen ein auf sie zugeschnittenes Ambiente für Anlässe jeglicher Art. Im Rahmen der Gesamtstrategie der evangelisch-reformierten Kirchgemeinde Winterthur-Stadt führen Sie nun als initiative/r

Geschäftsführer/in

weiter, was Ihr Vorgänger mit Erfolg initialisiert hat, festigen die Positionierung des Zentrums im Seminarmarkt und bauen sie weiter aus – mit Augenmass für das Bewährte und Begeisterung für Neues. Sie tragen die Verantwortung für die finanzielle und operative Leitung des Betriebs mit rund 30 Mitarbeitenden und sorgen in Ihrer sichtbaren Gastgeber-Funktion für eine professionelle Abwicklung des Tagesgeschäfts. Sie steuern die Gesamt-Auslastung inklusiv Einsatz von Personal-Ressourcen und sind Ihren Mitarbeitenden ein/e faire/r und fordernde/r Vorgesetzte/r. Gleichzeitig übernehmen Sie eine aktive Rolle in der Entwicklung von neuen Dienstleistungen und Angeboten und platzieren diese mit aktiver Akquisition und Verhandlungen selber am Markt. Kurzum: Sie denken und handeln unternehmerisch – ganz so als wäre es Ihr Haus!

An dieser Position sehen wir einen Profi mit Hotelfach-Background und von Vorteil einer betriebswirtschaftlichen Weiterbildung. Sie können einen Leistungsausweis aus einer leitenden Position im Bereich Seminarhotel, Heimeswesen, Catering oder Eventmanagement vorweisen und kennen das Spannungsfeld Non-Profit-Umfeld versus wirtschaftliche Ausrichtung aus eigener Erfahrung. Als geborene/r Gastgeber/in aus Leidenschaft, dazu mit ausgesprochenen Netzwerker-Qualitäten ausgestattet, fällt es Ihnen leicht, Menschen für Ziele zu begeistern und einzubinden. Dabei packen Sie auch selber mal an, behalten dabei aber immer den Blick fürs Ganze!

Das ist kein 08/15-Job – das wissen Sie! Faszinierend sind hier die Vielseitigkeit der Aufgabe, die grosse Bandbreite des Kundenspektrums und der Gestaltungsfreiraum, den Sie vorfinden. Es macht Spass, diesen Betrieb auf gastronomisch hohem Level zu führen und weiterhin erfolgreich in die Zukunft zu begleiten. Und die Wertschätzung von Kunden, Mitarbeitenden und Ihrer übergeordneten Behörde sehen Sie dabei als Sahnehäubchen!

Appetit bekommen? Dann überzeugen Sie uns mit einer 5-Stern-Bewerbung! Die Geschäftsführerin der Beauftragten **Prisma Personalberatung AG**, Erika Bleisch Imhof ist gespannt! Gerne per Post oder email an: erika.bleisch.imhof@prisma-personalberatung.ch. Absolute Diskretion ist gewährleistet!



Prisma Personalberatung AG Brunngrasse 2 8400 Winterthur Telefon 052 212 94 24 Fax 052 213 37 86
www.prisma-personalberatung.ch

30271-1067

hoteljob.ch ist mehr als nur eine Stellenplattform!



Jobangebote

Praktikumstellen

News

Ratgeber

Weiterbildung

Lehrstellen

Karrietipps

Kurse

Veranstaltungen

Berufsportraits

Bewerberdossiers

hoteljob.ch

BAD SCHINZNACH

Ganz meine Welt.

Unser Unternehmen liegt inmitten einer wunderschönen Parkanlage und bietet ein umfassendes Angebot, das Bäder, ein Kurhotel, eine Privatklinik mit Therapiezentrum, einen Kurzlochgolfsplatz sowie eine Bar beinhaltet.

Für unser **Kurhotel im Park**, ein stilvolles 4*-Hotel, suchen wir ab Januar 2014 oder nach Vereinbarung eine/n

Réceptionist/in 100%

Zu Ihrem vielseitigen Aufgabengebiet gehört die Betreuung unserer anspruchsvollen Hotel- und Klinikgäste (Check-In/Check-Out), die Erteilung von verschiedenen Auskünften und die Bedienung unserer Telefonzentrale. Sie führen Reservationen im Hotel-, Kur- und Bankettbereich sowie Tagesabrechnungen und allgemeine Korrespondenz aus.

Sie bringen eine kaufmännische Ausbildung und mindestens 2 Jahre Erfahrung in einer ähnlichen Funktion mit. Sie sind eine dienstleistungsorientierte, belastbare sowie diskrete Persönlichkeit mit einwandfreien Umgangsformen und gepflegtem Auftreten. Zudem verfügen Sie über gute Kenntnisse der Office-Programme sowie einem gängigen Front-Office-System, vorzugsweise Fidelio. Einwandfreie Deutschkenntnisse sowie gute Französischkenntnisse runden Ihr Profil ab. Weitere Sprachen sind von Vorteil. Schicht- und Wochenendarbeit sind für Sie eine Selbstverständlichkeit (Früh- und Spätdienst, keine Zimmerstunde).

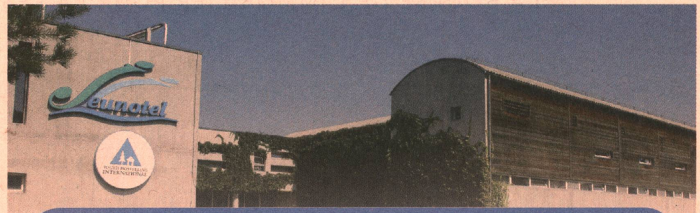
Wir sind ein qualitätsorientiertes und erfolgreiches Unternehmen, welches Ihnen eine gezielte Einführung durch ein motiviertes Team sowie interessante Anstellungsbedingungen bietet. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung per E-Mail oder per Post.

BAD SCHINZNACH AG
Jeannette Kuhn, Leiterin Personalabteilung
Postfach 67
5116 Schinznach-Bad
056 463 77 15/16*
info.personal@bs-ag.ch

www.bad-schinznach.ch

30278-10678

SUISSE ROMANDE



Der Verein Schweizer Jugendherbergen betreibt ein Netzwerk von 53 Häusern, die von der romantischen Schlossherberge bis zum Design-Betrieb reichen. Im Fokus der Organisation mit rund 100'000 Mitgliedern steht der qualitätsbewusste, nachhaltige und preisgünstige Jugend- und Familientourismus. Mit 530 Mitarbeitern werden jährlich rund 925'000 Logiernächte generiert.

Für die **Jugendherberge Lausanne** suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung eine unternehmerisch denkende und führungsstarke Persönlichkeit als

Betriebsleiter/Betriebsleiterin**Ihre Aufgaben**

Sie sind verantwortlich für das Wohl unserer Gäste, einen reibungslosen Ablauf der Prozesse und die Einhaltung der Qualitätsstandards. Zusammen mit einem internationalen Team von 3 Kader- und 15 Abteilungsmitarbeitenden führen Sie den Betrieb nach den Grundsätzen der Schweizer Jugendherbergen und packen in Ihrer Rolle als Gastgeber-Persönlichkeit auch selbst aktiv mit an. Sie steuern vorausschauend und aktiv die Vermarktung des Hauses, entwickeln neue Angebote und Partnerschaften und erzielen dadurch eine maximale Auslastung.

Was Sie mitbringen

Sie haben ein Diplom einer Hotelfachschule oder als Gastbetriebsleiter/in und idealerweise auch einer Weiterbildung in Betriebswirtschaft. Sie verfügen über mehrjährige Erfahrung in einer ähnlichen Position und sind es gewohnt, strukturiert, effizient und engagiert zu arbeiten. Sie möchten Ihre Führungserfahrungen und Ihren hohen Qualitätsanspruch einbringen. Sie sind belastbar, kontaktfreudig

und zweisprachig (französisch und deutsch). Englisch als weitere Sprache setzen wir voraus. Marktkenntnis in Lausanne und Umgebung sowie eine gute regionale Vernetzung runden Ihr Profil ab.

Wir bieten Ihnen

Sie besetzen eine sehr verantwortungsvolle Position in einer erfolgreichen, ambitionierten Nonprofit-Organisation. Es erwartet Sie ein abwechslungsreicher Alltag in einem unserer Top-Betriebe mit 320 Betten mit internationaler Kundschaft, ein motiviertes Team sowie moderne Arbeitsbedingungen. Auf Wunsch steht Ihnen eine Betriebsleitungs-Wohnung zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung inklusive Gehaltsvorstellungen per E-Mail bis Mitte Januar 2014.

Schweizer Jugendherbergen
Ursula Nyffeler | u.nyffeler@youthhostel.ch
Tel. +41 (0)79 605 15 98

Weitere Infos unter: youthhostel.ch/lausanne


STELLENGESUCHE

Gesucht:**Unternehmung aus Lebensmittelbranche oder Hotellerie**

Suchen Sie innovative und begeisterungsfähige Partner und/oder Nachfolger für Ihr Unternehmen aus den Bereichen Feinkost, Lebensmittel, Genuss oder Hotellerie? Als Unternehmer mit langjähriger Erfahrung in Restauration, Hotellerie, der Kommunikations- und Online-Branche, verfügen wir über ein jeweils grosses Netzwerk. Wir sind auf der Suche nach einer Unternehmung mit Entwicklungspotential.

Kontakt: feinesachen@icloud.com

30282-10679

 Schweizer Jugendherbergen. So muss es sein.

30248-10664

Wie viel Schwein brauchen Sie, um glücklich zu sein?

Bewusst leben macht glücklich: wwf.ch/gluecks-experiment



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

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 44
nicole.kaelin@hotellerie-et-gastronomie.ch

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

VERKAUF

Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42

Fax 031 370 42 23
insetrate@stellenprofil.ch
insetrate@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 einem Monat auf www.htr.ch/ immobilien aufgeschaltet. Falls keine Aufschaltung gewünscht wird, muss dies bei der Auftragserteilung mitgeteilt werden. Die genauen Konditionen sind unter www.stellenprofil.ch resp. www.immoprofil.ch abrufbar

ANZEIGENSCHLUSS

Montag, 12.00 Uhr

GESTALTUNG

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

PRODUKTION

Insetrate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:

Hotellerie * Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION
Ringier Print Adligenswil AG,
6043 Adligenswil/LU

LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

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

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

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

BRUTTOMARGENBERECHNUNG



ISTOCK

Immer wieder werde ich angefragt, ob Registrierkassendaten direkt in die Buchhaltung integriert werden können. Wenn ich nach dem Grund für diesen Wunsch forsche, wird die genaue Berechnung der Bruttomargen auf Artelebene erwähnt.

Aber lohnt sich das? Im Klartext: Bruttomargenberechnung und Kostenkontrolle lohnen sich auf jeden Fall. Aber nur, wenn die Margenoptimierungen betragsmässig die Ausgaben für die Kontrolle übersteigen. Wichtige Eckdaten, die erwähnt werden müssen zum besseren Verständnis der folgenden Berechnungen: ca. 70 Prozent der 20.000 Restaurants in der Schweiz beschäftigen weniger als zehn Mitarbeiter. Der Jahresumsatz bewegt sich zwischen 150.000 und einer Million Franken. Im Durchschnitt beträgt der Warenaufwand ca. 30 Prozent (bei einer Million Umsatz 300.000 Franken) und der Personalaufwand ca. 43 Prozent (430.000 Franken). Der monatliche Bruttolohn eines Einkaufs- und Warenkontrollers beträgt ca. 5.500 Franken. Seine Jahres-

gesamtkosten liegen somit bei ca. 90.000 Franken. Durch seinen Einsatz müsste die Margenoptimierung also mindestens um diesen Betrag verbessert werden; in Prozent auf den Umsatz bezogen mindestens 9 Prozent bzw. 30 Prozent Warenkostenreduktion! Sogar ein Teilpensum kann nicht kostendeckend sein. Mit der Integration der Registrierkassendaten in die Finanz- und Lagerbuchhaltung glaubt der Unternehmer, die Kontrollkosten zu reduzieren. Dies ist leider nicht der Fall. Je genauer die Warenkontrolle geführt wird, umso zeitaufwendiger und anfälliger wird sie. Bei den oben erwähnten Eckdaten liegt es auf der Hand, dass eine Kostenkontrolle beim Personal (43 Prozent) statt bei der Ware (30 Prozent) mehr Optimierungspotenzial bietet. Trotzdem dürfen die Warenkontrolle und die Bruttomargenberechnungen auf keinen Fall vernachlässigt werden.

Es gibt eine einfache Methode, um diese wichtige Aufgabe zu bewältigen, die, bei deren Umsetzung, sogar zusätzliche Administrationsersparnisse ermöglicht: Berechnen Sie genau und effektiv Ihre Bruttomargen in Franken, insofern, dass Sie Ihre Buchhal-

tung als Führungsinstrument richtig anwenden. Erstens muss die Buchhaltung nach Bezugsperiode (Lieferdatum) und nicht nach Zahlungsverkehr geführt werden. Die Umsätze nach Sparten sind bereits gemäss der Registrierkasse bekannt. Wer einen sehr genauen Renditeausweis will, muss ein Wareninventar per Ende der Betrachtungsperiode aufnehmen und bewerten. Wer zusätzlich seine Kennzahlen frühzeitig erfahren will, muss die erfolgten Lieferungen, die noch nicht fakturiert wurden, in einer sogenannten Restmeldung in der Bruttomargenberechnung berücksichtigen. Falls eine vernachlässigbare Differenz der Margen festgestellt wird, ist kein Handlungsbedarf gegeben.



Bernard-M. Hug
Geschäftsführer
eezy tool Ltd.
www.eezytool.ch

Zu verkaufen - Einmalige Aussichten

Der Weissenstein, der schweizweit bekannte Hausberg der Stadt Solothurn, ist ein beliebtes Ausflugsziel mit unvergleichbarer Aussicht auf das Schweizerische Mittelland. Im Auftrag der Eigentümerin verkaufen wir das

Kurhaus Weissenstein

Der aktuell verpachtete und betriebene Gastronomiebereich umfasst mehrere Restaurationsmöglichkeiten mit insgesamt 350 Sitzplätzen im Innern und 250 Sitzplätzen auf der Terrasse. Die Ausstattung des Gastronomiebereiches ist zeitgemäss und in tadellosem Zustand.

Aktuell können 23 Zimmer mit 46 Betten vermietet werden. 34 Betten in 5 Mehrbettzimmern können nach einfachen Pinselrenovationen wieder vermietet werden. Im investitionsbedürftigen Ostflügel des Gebäudes können je nach Konzept bis zu 20 weitere Betten geschaffen werden.

Im Dachgeschoss des Gebäudes befindet sich eine 5½-Zimmer-Wirtwohnung (guter Zustand).

Insgesamt verfügt das Objekt über eine Geschossfläche von 4'148m² (wovon 1'352m² im Ostflügel). Das weitläufige Grundstück erstreckt sich über fast 12'000m².

Das Objekt wird im Bieterverfahren veräussert.

Gerne stehen wir Ihnen für weiterführende Fragen zur Verfügung bzw. lassen Ihnen auf schriftliche Anfrage eine Verkaufsdokumentation zukommen.

Trimea AG
Hansueli Schläppi
Tittwiesenstrasse 29
CH-7000 Chur
Email: hu@trimea.ch
Telefon : 079 / 434 43 80

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

In Ascona oder Locarno sucht solvente Privatperson

Hotel, MFH oder Bauland

zu kaufen.
Angebote bitte unter Chiffre
T 139-786801 an Publicitas S.A.,
Postfach 48, 1752 Villars-sur-Glâne 1.

IG Pöstli Rifferswil

Ein Dorf rettet seine letzte Beiz!
Wirt/in oder Wirt-e-Paar

Restauration Post, 8911 Rifferswil

Wir bieten

- Eine gastronomische Perle mit Potential im attraktiven Säuliamt
- Interessanter Mietzins (ab 7,5%)
- Preiswertes Kleininventar
- Auf Wunsch: Wirtewohnung

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Die ausführliche Stellenbeschreibung finden Sie auf:
www.postli-rifferswil.ch

IG Pöstli Rifferswil
Hauptikerstrasse 4
8911 Rifferswil

GASTROJOB.ch

Die Stellenplattform
für Hotellerie, Gastronomie
und Tourismus

JETZT BUCHEN

Wirtepaar / Pächter/-in

Ihr Arbeitsplatz befindet sich in den Sommermonaten auf dem höchstgelegenen, alpinen Golfplatz Europas (www.golfarosa.ch) Über die Wintermonate überblicken Sie auf diesem einmaligen Gelände das Arosener Langlaufgebiet, sodass auch ein 12 monatiger Betrieb möglich ist.

Fühlen Sie sich von dieser selbständigen und innovativen Aufgabe angesprochen? Und hätten Sie Freude an unserem sympathischen und, ungezwungenen Clubleben teilzunehmen? Dann sind Sie bei uns richtig!

Sollten wir Ihr Interesse geweckt haben, bitten wir Sie, uns Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse zu schicken:

GOLF-CLUB AROSA
z. Hd. Christian Danuser, Postfach 95
CH-7050 AROSA
www.golfarosa.ch, info@golfarosa.ch