

Objekttyp: **Issue**

Zeitschrift: **HTR Hotel-Revue**

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

Heft 6

PDF erstellt am: **01.06.2024**

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>



EHL

Direktor Michel Rochat setzt sich dafür ein, dass die Forschungskultur der EHL noch mehr in der Praxis angewendet wird.

Seite 5 und 10

Tessin

Bei der Festlegung neuer Strukturen im Tourismus wird mit harten Bandagen gekämpft. Luganos Stadtpräsident kritisiert Elia Frapelli.

Seite 2

Raumplanung

Intakte Landschaft statt Zersiedelung: Der Tourismusverband setzt sich vehement für das neue Gesetz ein, das am 3. März zur Abstimmung steht.

Seite 3 und 7

Caterer

Mit dem neuen Brand «Regional Pur» will die Compass Group Schweiz ihr regionales Engagement den Gästen näher bringen.

Seite 15

Inhalt

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

PROFIL DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE hotel revue

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

1002893
Schweizer
Kantonsrat
Holligerstrasse 15
3005 Bern

B0104
02/13

Skipisten-Länge

Allzu gut gemessen

Wer hat die längeren Skipisten? Unterschiedliche Messmethoden verzerren das Resultat.

DANIEL STAMPELI

Alle Wintersport-Destinationen werben mit der Länge ihrer Skipisten, angegeben in Kilometern. Doch für bare Münze ist dies meist nicht zu nehmen. Zu einer neuen Methode übergehen wollen nun die Bergbahnen von Crans-Montana Aminona: Gemäss Direktor Arthur Clivaz sollen neu die Flächen der Pisten berechnet werden. Ab kommender Wintersaison sollen dann die

Flächen in Hektaren und die Anzahl Pisten kommuniziert werden. Bisher wurde die Länge der Pisten seit relativ langer Zeit mit 140 Kilometern angegeben. Clivaz ist überzeugt, dass dies mehr ist als die effektive Pistenlänge. Ebenso historische Dimensionen nehmen die Angaben betreffend Pistenlänge im Engadin an. Laut Dieter Bogner, Leiter Marketing bei der Engadin St. Moritz Mountains AG, sind die Pisten in

den Zonenplänen der Gemeinden und des Kantons erfasst. In den kommunizierten Zahlen habe man die historischen Fakten aus Marketinggründen nicht herausgenommen, so Bogner. Moderne Technik wenden beim Ausmessen der Skipisten die Bergbahnen Adelboden an: Mittels eines GPS-basierten Systems könne quasi zentimetergenau gemessen werden.

Seite 4

Kommentar

Der Tourismus braucht das Ja zum Raumplanungsgesetz



GERY NIEVERGELT

David gegen Goliath; Minder gegen Economie-suisse: Durch den im medialen Scheinwerferlicht ausgetragenen Showdown bei der Abzockerinitiative gerät die Abstimmung zum revidierten Raumplanungsgesetz etwas ins Abseits. Dabei ist diese Vorlage für die Zukunft unseres Landes ungleich wichtiger.

Dies gilt gerade auch für die Tourismusbranche. Die Schönheit und Vielfalt des Landes ist unser wertvollstes Kapital. Gut angelegt, werden Generationen davon profitieren. Denn die Sehnsucht nach intakten Natur- und Kulturlandschaften wird noch zunehmen.

So weit, so unbestritten – jedenfalls in der Theorie. Was bekommt vor Augen, wer die Schweiz bereist? Schlimm, was mancherorts in den letzten Jahrzehnten durch kurzfristiges Profitdenken und raumplanerischen Schlenndrian in die Landschaften gestellt wurde – nicht nur im Wallis, wo kantonale Eigenheiten gehätschelt werden wie nirgendwo sonst.

Das ursprünglich als Gegenvorschlag zur Landschaftsinitiative ausgearbeitete Raumplanungsgesetz hat gewiss seine Schwächen. Entscheidend ist jedoch, dass bei einem Ja die Umkehr eingeleitet würde. In einigen Regionen und Kantonen hat man bereits Korrekturmaßnahmen vorgenommen oder eingeleitet. Die Zubetonierung der Schweiz muss aber landesweit gestoppt werden. Es ist höchste Zeit.

Seite 3 und 7

20. St. Moritz Gourmet Festival

Kulinarische Höhepunkte



Swiss-Image/Andy Mettler

Zum 20. Mal lockte das Gourmet Festival mit Spitzen-Kochkunst nach St. Moritz. Schwerpunkt auf den Seiten 16 bis 20.

Tourismus

MICE-Geschäft mit Wissenschaft

Die internationale Attraktivität des Wissenschaftsstandortes Schweiz kommt auch dem Tourismus zugute: Die Wissenschaft sorgt für mindestens einen Fünftel des hiesigen MICE-Geschäfts. Die spektakulärste Symbiose von Forschung und Lehre mit dem Tourismus lässt sich in Lausanne beobachten.

Fokus, Seite 11-14

Villars

Hoffnung für das Hotel Bristol?

Die plötzliche Schliessung des Hotels Bristol in Villars aufgrund eines finanz-juristischen Wirrwarrs möchte man in der Waadt-länder Destination schnellstens vergessen. Verschiedene Szenarien für eine möglichst baldige Wiedereröffnung kommen auf Tapet. «Zwei Hotelketten haben ihr Interesse angemeldet», sagt Serge Beslin, Direktor von Villars

Tourisme. Bezüglich Zeitpunkt für die Wiedereröffnung gibt sich Philippe Thuner, Präsident der Association romande des hôteliers, vorsichtig optimistisch: «Wir wären schon zufrieden, wenn das Hotel Bristol für die nächste Wintersaison wieder zur Verfügung stehen würde.» Thuner will sich dafür einsetzen, dass ein Alarmsystem installiert

wird, damit der Fall «Bristol» ein Einzelfall bleibt. Das 4-Sterne-Hotel mit rund 200 Betten wurde im Januar 2013 mitten in der Wintersaison geschlossen. Die anreisenden Gäste standen vor verschlossenen Türen. Sie konnten mithilfe anderer Hoteliers in Betrieben anderer Kategorien untergebracht werden. cj/dst

Seite 8

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 044 711 74 10 • www.rebag.ch

hotelleresuisse
Swiss Hotel Association
Protel
www.protel.ch

Dialock Hotels werden von den Gästen besonders gelobt für:

- optimale Funktionalität
- exzellenten Komfort
- perfekte Organisation
- hohe Sicherheit
- gehobenes Türen-Design
- einfaches, berührungsloses Öffnen und Schliessen der Zimmertüren

Bestellen Sie die Dialock Dokumentation inkl. der Referenzliste von Schweizer Top-Hotels aller Stern-Kategorien: Tel. +41 (0)71 686 82 00, info@haefele.ch, www.dialock.ch, www.haefele.ch
Häfele Schweiz AG, Dammstrasse 29, CH-8280 Kreuzlingen
HÄFELE
PERSONALITY FOR YOU

ROTOR Lips

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

Qualität und textile Kompetenz

Leinenweberei Bern AG
Tissage de Tolles Berne SA
www.lwbern.ch

ANZEIGE

Aus der Region

Zentralschweiz

Rigi: gute Frequenzen im Jahr 2012

Die rund zwei Dutzend Hotel- und Beherbergungsbetriebe auf der Schwyzer und Luzerner Seite der Rigi haben im vergangenen Jahr gegen 40 000 Logiernächte registriert. Das sind rund 30% mehr als 2011. Dies liegt zur Hauptsache am renovierten Hotel Rigi Kaltbad, das nach zwei Jahren Unterbruch seit der Eröffnung des Mineralbades & Spa im Juli 2012 wieder Gäste empfängt. Die Rigi-Bahnen liegen 1,4% über dem 5-Jahres-Durchschnitt, jedoch infolge der etwas schlechteren Wetterlage rund 8% unter dem Rekordjahr 2011.

Titlis Bergbahnen mit zweitbestem Jahresergebnis



Mit einem konsolidierten Umsatz von knapp 57 Mio. Franken haben die Titlis Bergbahnen 2012 das Rekordergebnis vom Vorjahr um 5,6 Prozent verpasst. Im Geschäftsjahr 2011/12 besuchten 949 926 Gäste den Titlis, 8,3 Prozent weniger als im Vorjahr. Besonders erfreulich verlief das Sommerhalbjahr, in welchem der Rekord aus dem Jahr 2011 übertroffen wurde. Mit einem Anteil von 52,1 Prozent war der Umsatz im Sommer höher als im Winter.

OSTSCHWEIZ

Rauchzeichen vom St. Galler Regierungssitz

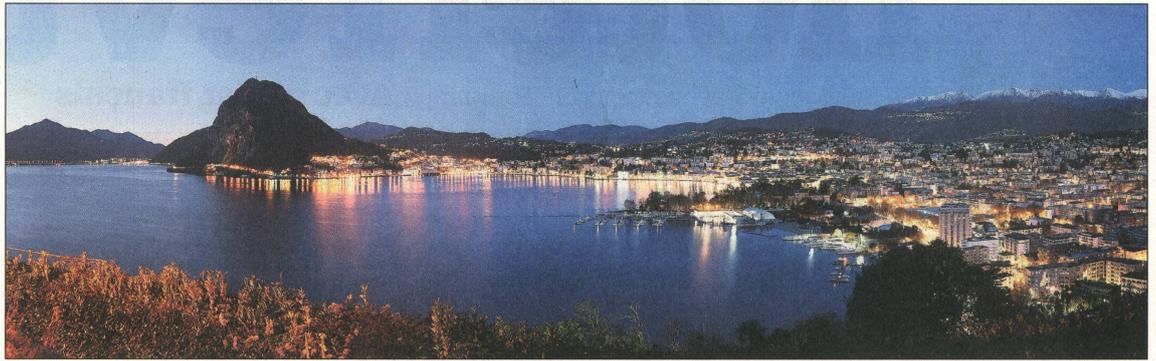
Die strikten Vorschriften zum Schutz vor dem Passivrauchen im Kanton St. Gallen sollen etwas gelockert werden. Ab 1. Februar 2013 soll die Bedienung der Gäste in den Fumoirs wieder erlaubt sein. Der Regierungsrat des Kantons St. Gallen hat eine entsprechende Gesetzesänderung beschlossen. Sie muss noch vom Parlament bewilligt werden. Die Gesetzesvorlage hält fest, dass es für die Bedienung im Fumoir der schriftlichen Zustimmung des Personals bedarf.

Berner Oberland

Einigung: Grimsel und Susten öffnen doch früher



Nun öffnen Grimsel- und Sustenpass doch nicht einen Monat später (die htr berichtete). Darauf haben sich der Kanton Bern und eine Delegation aus dem Oberhasli geeinigt. Mit der getroffenen Lösung muss sich die Region in diesem Jahr an den Kosten für die Schneeräumung beteiligen. Ab 2014 können die Spargaben des Kantons Bern anderweitig kompensiert werden. dst



Lugano möchte innerhalb der künftigen Tessiner Tourismusstruktur eine führende Rolle übernehmen.

Machtkampf im Tessin

Luganos Stapi Giorgio Giudici kritisiert den Tessiner Tourismusdirektor Elia Frapollini massiv. Es geht um ein Kräftemessen im Vorfeld der Revision des Tourismusgesetzes.

GERHARD LOB

Noch nicht einmal ein halbes Jahr ist der neue Direktor von Ticino Turismo, Elia Frapollini, im Amt. Doch nun weht dem erst 32-jährigen ein kräftiger Wind entgegen. Massive Kritik an Frapollini übt der altgediente Stadtpräsident von Lugano, Giorgio Giudici. Wie im Tessin häufig der Fall, wird der Streit über die Spalten der lokalen Zeitungen ausgegossen. Nach einem Interview des «Giornale del Popolo» mit Frapollini zur Arbeit des kantonalen Verkehrsvereins und den Perspektiven für den Tourismus im Tessin griff ein erzürnter Giudici in die Tasten. In einem Beitrag für den «Corriere del Ticino» wirft er Frapollini im Prinzip vor, viel und schön zu reden, aber wenig zu

tun. Dieser vergesse, «dass einer Reflexion Taten folgen müssen». In Lugano hingegen handle man, um wieder Feriengäste an den Ceresio zu holen. Giudici erwähnt die Einrichtung eines eigenen städtischen Amtes für Tourismus und eine Reihe von konkreten Projekten, darunter die Sommeraktion mit dem Luganeser Franken, einer eigens gedruckten Währung, die in der Deutschschweiz verteilt wurde.

Marco Solari hat als Präsident von Ticino Turismo seinen jungen Direktor verteidigt, ohne im Detail auf die einzelnen Kritikpunkte einzugehen. Frapollini arbeite seriös und kompetent und in gutem Einvernehmen mit den regionalen Tourismusbüros, so Solari.

Das Hickhack um Direktor Frapollini ist indes nur eine Stellvertreterdebatte, in der es eigentlich um die Kräfteverhältnisse in der künftigen Organisationsstruktur des kantonalen Tourismus geht. Die Regionen und vorab Lugano wollen wieder mehr Macht haben und beanspruchen ein grösseres Stück vom Kuchen der finanziellen Ressourcen. Giudici hat mit seinem Kommentar diesen Anspruch unterstrichen. Auch Lega-Nationalrat Lorenzo Quadri, der in Lugano das städtische Tourismusamt leitet, hat in einer Fernsehdiskussion keine Zweifel daran gelassen. Das Marketing müsse dort gemacht werden, wo auch das touristische Produkt geschnürt werde.

Reduktion von elf auf vier Organisationen

Zurzeit arbeiten eine technische und eine strategische Arbeitsgruppe an einer Ausarbeitung des neuen Tourismusgesetzes, welches das bestehende Gesetz von 1998 ablösen soll. Noch vor dem Sommer 2013 soll der Entwurf in die Ver-

nehmlassung gehen. Gemäss letzten Informationen ist vorgesehen, die Zahl der elf lokalen Verkehrsvereine auf vier Destinationsmanagement-Organisationen (DMO) zu reduzieren: Bellinzona, Ascona/Locarno, Lugano und Mendrisio.

Dem bisherigen kantonalen Verkehrsverein Ticino Turismo kommt demnach als «Agentur» nur noch eine koordinierende

und unterstützende Aufgabe im Dienste der DMO zu. Die Reorganisation der Tourismusstrukturen geht von der Überzeugung aus, dass Namen und Destinationen wie

Lugano und Ascona im internationalen Wettbewerb attraktiver sind als die Dachmarke «Ticino».

Die Stossrichtung des neuen Gesetzes wird aber nicht überall geteilt. Insbesondere in abgelegenen Bergregionen befürchtet man, dass sich künftig das Marketing auf die grossen Namen der Destinationen beschränken wird.

«Randgebiete wie das Maggiatal dürfen dabei zu kurz kommen», meint beispielsweise alt CVP-Grossrat Germano Mattei aus Bignasco im Vallemaggia.

Weniger deutsche Gäste – mehr Chinesen

Derweil bestätigt sich der Aderlass im Tessiner Fremdenverkehr. Das Observatorium für den Tourismus an der Universität der italienischen Schweiz (O-Tur) hat diese Woche eine detaillierte Analyse für den Verlauf der Sommersaison 2012 publiziert. Dabei zeigt sich erneut, dass vor allem

deutsche Gäste weniger häufig das Tessin aufsuchen. Ein kleiner Lichtblick ist die Zunahme an Chinesen – allerdings auf niedrigem Niveau in Bezug auf die Gesamtzahl der Logiernächte. Die Präsenz von Chinesen kletterte von 11 000 (2011) auf 15 000 (2012). Die Gäste aus dem Fernen Osten logieren vorab in Lugano.

«Randgebiete wie das Maggiatal dürfen zu kurz kommen.»

Germano Mattei
alt Grossrat CVP

Schweizerhof Zermatt in Not

Die Eigentümerin des Hotels Schweizerhof in Zermatt, die KG VIII, befindet sich in Nachlassstundung. Für das Hotel muss ein neuer Eigentümer gefunden werden.

DANIEL STAMPFLI

Die zuständige Nachlassrichterin des Kantonsgerichts Nidwalden hat der KG VIII Ende Januar eine Nachlassstundung von sechs Monaten bewilligt. Als Sachwalterin ist die Transliq AG in Bern eingesetzt worden. Seit dem Jahr 2001 gehört das Hotel Schweizerhof in Zermatt zum Portefeuille der KG VIII. Zu dieser Kommanditgesellschaft gehören der Deutsche Jürgen Amann als Komplementär sowie Acura GmbH, Düsseldorf, und die GLS Beratung AG in Zug als Kommanditäre.

Seit dem Erwerb des Hotels seien zu wenig Investitionen und Erneuerungsarbeiten getätigt worden, schreibt die Transliq AG in einer Medienmitteilung. Die durch den Hotelbetrieb erwirtschafteten Mittel reichten dafür nicht aus, ergänzt Philipp Possa von der Transliq.

Im gegenseitigen Einverständnis mit der Sachwalterin hat die Seiler Hotels Zermatt AG den Managementvertrag per Ende April 2013 aufgehoben. Im Interesse der Eigentümer, Mitarbeiter,

Lieferanten, Partner und der Destination Zermatt erklärt sie sich aber bereit, den operativen Betrieb im Sommer 2013 mit einem Dienstleistungsvertrag zu unterstützen.

Die Nachlassstundung soll bei der Suche nach einer Lösung für die Zukunft des Hotels helfen. Der Hotelbetrieb werde während der Nachlassstundung aufrecht erhalten und die Gäste sollten möglichst wenig von den Arbeiten an einer Zukunftslösung spüren. Ziel ist, nach Liquidation der

KG VIII einen neuen Eigentümer für das Hotel Schweizerhof zu finden. Laut Philipp Possa sind für die Renovation Investitionen von über 10 Mio. Franken nötig.

Wirtschaftsjuristen ist Jürgen Amann alles andere als unbekannt. So ist er etwa vom Strafgericht des Kantons Zug wegen gewerbsmässigen Betrugs sowie ungetreuer Geschäftsbesorgung zu einer Freiheitsstrafe von drei Jahren verurteilt worden. Wegen Einsprache ist das Urteil noch nicht rechtskräftig.

Sunstar Hotelgruppe mit Rückgang im Sommergeschäft 2012

Der Start in die Wintersaison 2012/13 verlief für Sunstar etwas freundlicher und lässt hoffen.

In der ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres (Sommersaison 2012, Mai bis Oktober) registrierte die Sunstar-Hotelgruppe weniger Übernachtungen, weniger Umsatz, eine geringere Bettenauslastung und eine Abnahme des Bruttobetriebsgewinns. Der Halbjahresverlust im traditionell defizitären Sommerhalbjahr vergrösserte sich bei insgesamt leicht höheren Aufwendungen für Abschreibungen und Zinsen um 1,8 Mio. auf 2,9 Mio. Franken.

Der Start in die Wintersaison 2012/13 sei «etwas freundlicher» verlaufen, teilt Sunstar mit. Im Dezember hätten die Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr um 2 Prozent gesteigert werden können. Mitte Januar lag der Buchungsstand für die gesamte Wintersaison um insgesamt 5,8 Prozent über dem Vorjahresstand. Möglich sei es gegenüber dem Vorjahr (1,2 Mio. Franken) höherer Halbjahresgewinn (Winterhalbjahr). dst

HTW Chur lehrt verkaufen

Weil der Verkauf im Tourismus immer wichtiger wird, plant die HTW Chur für die Tourismus-Bachelor eine Sales-Spezialisierung.

Eine Vertiefungsrichtung (Major) Marketing bietet der «Bachelor of Science FHO in Tourismus» an der HTW Chur bereits. Aber das reicht dem Studienleiter Andreas Deuber nicht: «Die Angebote im Tourismus können noch so schön sein, sie müssen

auch aktiv verkauft werden.» Zwar ist der Verkauf bereits Bestandteil des bestehenden Majors «Tourism Marketing Management». Doch, so Deuber, mit einem eigenen Major-Programm könne man das Thema «Sales» deutlich vertiefter behandeln. Der HTW-Professor ortet im Markt einen klaren Bedarf für eine solche Ausbildung: «Sales-Fachleute sind im Tourismus heute sehr gesucht. Das zeigt der Blick in die Stellenausschreibungen.» Sales als Wahlpflichtfach (Minor mit 4 ECTS-Punkten) einzuführen, ist für

Deuber keine Alternative. Gerade beim Verkauf sei Erfahrung wichtig und diese könnten die Studenten nur über die verschiedenen Projektarbeiten im Rahmen eines Majors (12 ECTS-Punkte) erlangen. Ziel ist, nach weiteren Abklärungen den Major Sales im kommenden Herbst einführen. Details der neuen Vertiefungsrichtung gilt es noch zu erarbeiten. Diese ist dann ein Zusatz zum Bachelor-Titel. Sales im Tourismus bietet die HTW Chur vorerst schon mal abkommend März als berufsbelegende Weiterbildung an. gsg

Abstimmung. Raumplanungsgesetz. Der Tourismus-Verband ist klar dafür, die Walliser kämpfen dagegen an, und der Kanton Neuenburg zeigt schon heute, dass sich damit leben lässt.

Der Sonderfall Wallis

Der Schweizer Tourismus-Verband steht ohne Wenn und Aber hinter dem revidierten Raumplanungsgesetz. Im Wallis tun sich alle schwer damit – auch die Hoteliers.

Theres Lagler

Intakte Landschaften sind für den Tourismus von unschätzbarem Wert: Das betonte Dominique de Buman, Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands (STV), am Dienstag vor den Medien. Er trat Seite an Seite mit dem neuen Bauern-Präsidenten Markus Ritter und einer Vielzahl weiterer Organisationen auf, um für eine Annahme des revidierten Raumplanungsgesetzes am kommenden 3. März zu werben. Das Gesetz sei ein unverzichtbares Instrument zur Erhaltung der Schönheit der Schweiz, so de Buman. Es bringe die Gemeinwesen dazu, mit dem Boden sparsam umzugehen und die Nutzungsdichte zu erhöhen. Das mache ökonomisch Sinn, führte de Buman aus. «Wenn Infrastrukturen und deren Nutzer näher zusammenrücken, werden Kosten und



Die Bettmeralp (VS) hat ihren Alpcharakter behalten: Vielleicht auch nur, weil Grund und Boden einer Alpenossenschaft gehören.

Preise gesenkt und der Verkehr reduziert.» De Buman wies darauf hin, dass der STV bereits vor fünf Jahren die Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus unterschrieben habe. Er sei damit zu einem sorgsamem Umgang mit den Natur- und Kulturlandschaften verpflichtet. Das gemeinsame Engagement mit dem Bauernverband begründete der STV-Präsident mit gemeinsamen Interessen. «Die Bauern belegen mit dem Agrotourismus eine Nische und sorgen mit zertifizierten Pro-

dukten aus der Region für einen Mehrwert, der dem ganzen Tourismus zugutekommt.»

Walliser Hoteliers befürchten erschwerte Nachfolgeregelung

Im Wallis, das die grössten Baulandreserven aufweist und etliche Hektaren zurückzonen müsste, kommen diese Argumente schlecht an. Der Hotelierverein hat zwar offiziell Stimmfreigabe beschlossen, fragt man Präsident Pierre-André Pannatier oder Direktor Patrick Béroud per-

sönlich an, ist die Haltung aber klar ablehnend. «Im Wallis ist es gang und gäbe, dass ein Hotelier mit zwei Kindern einem Kind den Betrieb vermachet und dem andern das Bauland», erläutert Patrick Béroud. «Muss das Bauland zurückgezogen werden, verliert es massiv an Wert. Das bedeutet, dass ein Kind ausbezahlt werden muss. Für viele Hoteliers ein Ding der Unmöglichkeit», so Béroud. Agrarland erzielt in der Schweiz einen Durchschnittspreis von 10 Franken pro Quadratmeter, Bauland dagegen je nach Lage mehrere Hundert oder mehrere Tausend Franken. Intakte Natur ist auch dem Hotelierverein wichtig. Um dieses Ziel zu erreichen, dürfe man aber nicht ganze Familien ruinieren, kritisiert Béroud. Das Wallis ist in einer speziellen Situation: 70 Prozent der Bevölkerung sind Wohnungseigentümer, 30 Prozent Mieter. In der Restschweiz ist es genau umgekehrt. Mit dieser Bodenpolitik nahm die Zersiedlung zwar zu, das Wallis konnte aber im Gegensatz zu andern Bergkantonen Bevölkerungswachstum generieren.

Bündner und Berner haben Rückzonen schon hinter sich

Der Kanton Graubünden und der Kanton Bern – beides wichtige Tourismuskantone – sehen der

Abstimmung gelassen entgegen. Sie befürworten das neue Gesetz. Der Bündner Regierungspräsident Hansjörg Trachsel wies in den vergangenen Tagen verschiedentlich darauf hin, dass die Bauzonen in seinem Kanton bereits auf den Bedarf der nächsten 15 Jahre reduziert worden seien. Auch der Kanton Bern steht dank Rückzonen in den 1980er-Jahren gut da. Ein Grossteil der Gemeinden nimmt bereits heute Mehrwertabschöpfungen vor.

Parolen Für einmal keine eindeutigen Rechts-links-Lager

Folgende Abstimmungsempfehlungen fürs Raumplanungsgesetz liegen vor:

Ja-Parole: BDP, CVP, EVP, Grüne, Grünliberale, SP, Schweizer Bauernverband, Schweizer Tourismus-Verband, Verband öffentlicher Verkehr.

Nein-Parole: FDP, SVP, Kanton Wallis, Gewerbeverband, Economiesuisse, Gastrosuisse.

Stimmfreigabe: hotellerie-suisse.

Aus der Region

Graubünden Steigenberger Belvédère wird renoviert

Das Steigenberger Grandhotel Belvédère in Davos wird sich einer Verjüngungskur unterziehen. Um die umfassenden Umbau- und Renovierungsmassnahmen durchführen zu können, schliesst das 5-Sterne-Haus von April bis November dieses Jahres. Die Mitarbeitenden werden in der Sommersaison in den anderen Häusern der Steigenberger Hotel Group in Zürich und Saanen-Gstaad respektive in Hotels in Deutschland beschäftigt.

Zürich

Grünes Licht für S-Bahn-Haltestelle am Rheinflall



ZVG

Die S-Bahn-Haltestelle Schloss Laufen auf der Zürcher Seite des Rheinflalls kann ausgebaut werden, obwohl aus technischen Gründen keine behindertengerechte Lösung möglich ist. Das Bundesamt für Verkehr hat dem Zürcher Regierungsrat die entsprechende Bewilligung erteilt. Allerdings muss für Behinderte eine Ersatzlösung angeboten werden. Der Ausbau ist nötig, damit auch längere Züge auf dieser Strecke verkehren können.

Basel

Abstimmung über Augusta-Raurica-Bauprojekt

Das Projekt eines neuen Sammlungscenters für die Römerstadt Augusta Raurica bleibt unstritten. Gegen den vom Parlament im November beschlossenen Projektkredit sind 3300 Unterschriften gesammelt worden, so dass darüber an der Urne entschieden wird. Die Gesamtkosten des Neubaus für Werkstätten, Archive und einen Werkhof werden auf 34 Millionen geschätzt. Die Gegner der Vorlage wünschen sich eine kostengünstigere Lösung.

Bern

Flughafen Bern-Belp wird neu zertifiziert



ZVG

Der Flughafen Bern-Belp erfüllt die Sicherheitsanforderungen der Internationalen Zivilluftfahrtorganisation (ICAO) und hat vom Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) das entsprechende Zertifikat erhalten. Überprüft wurden u.a. das Einsatzdispositiv der Feuerwehr, die Betankung der Flugzeuge oder die periodische Kontrolle der Pistenzustände. Damit soll sichergestellt werden, dass die Infrastruktur jederzeit reibungslos funktioniert. ste

Neues Gesetz Die Eckdaten

Das revidierte Raumplanungsgesetz, das am 3. März zur Abstimmung steht, will den Landverschleiss bremsen und die Bodenspekulation bekämpfen. Das sind die Instrumente dazu:

Mehrwertabgabe: Wird ein Grundstück neu als Bauland eingezont, so gewinnt es stark an Wert. Das neue Gesetz sieht vor, dass die Kantone und Gemeinden mindestens 20 Prozent des Mehrwerts erhalten. Allerdings nicht sofort, sondern erst dann, wenn der Eigentümer das Grund-

stück tatsächlich verkauft oder überbaut. Die Kantone Neuenburg (siehe Text unten), Genf, Basel-Stadt und Thurgau kennen diese Praxis schon heute.

Bedarfsgerechte Zonen: Die Bauzonen müssen künftig dem voraussichtlichen Bedarf für 15 Jahre entsprechen. In gewissen Gemeinden reichen die Bauzonen aber für mehr als 50 Jahre. Sie müssen ihre überdimensionierten Bauzonen reduzieren. Diese Rückzonen sollen mit Geldern aus der Mehrwertabschöpfung entschädigt werden.

Verfügbarkeit des Bodens: Das Gesetz erleichtert den Abtausch von Bauland, um zusammenhängende Parzellen zu schaffen. Zudem erlaubt es den Kantonen, Fristen für die Überbauung eines Grundstücks zu setzen. Dadurch wird die Baulandhortung und Bodenspekulation bekämpft.

Wird das neue Raumplanungsgesetz abgelehnt, kommt in einigen Monaten die Landschafts-Initiative vors Volk. Sie wurde nur bedingt zurückgezogen und verlangt ein Bauzonen-Moratorium für die nächsten 20 Jahre. tl

Kollektive Einsicht am Jurafuss

Der Kanton Neuenburg praktiziert seit 1986 die Abschöpfung der Mehrwertabgabe. Das System geniesst hohe Akzeptanz und hat eine ausgleichende Wirkung.

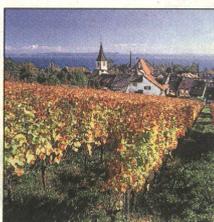
Laetitia Bongard

«In Neuenburg ist die Landschaft viel weniger ausgefranst als in anderen Kantonen. Vielleicht war auch der Druck weniger gross als im Genferseebogen. Das beweist jedoch, dass eine ausgewogene Raumplanung zwischen Erholungs-, Wohn- und Gewerbezone möglich ist, wenn der politische Wille besteht.» Nationalrat Fernand Cuche aus Neuenburg bricht sein Schweigen.

Nach 4-jähriger Abwesenheit ist der Fürsprecher der Landwirtschaft und Grüne in die Politik zurückgekehrt, um für die Revision des Raumplanungsgesetzes (RPG) zu werben. Er erinnert daran, dass «vor über 40 Jahren eine klare Mehrheit des Neuenburger Volkes ein Dekret angenommen hat, das Bauten entlang den Jurakreuzen und an den Ufern verbietet». Er sieht darin eine weit vorausschauende Vision, eine kollektive Einsicht.

Einnahmen fliessen in einen Entschädigungsfonds

Mit Genf, Basel-Stadt und Thurgau gehört Neuenburg zu den vier Kantonen, die das Instrument der Mehrwertabgabe schon anwenden. Die Abgabe in Höhe von 20 Prozent wurde 1986 eingeführt. Mit den Einnahmen wird ein Fonds für die Entschä-



Swiss-Image

Im Neuenburgischen sind viele Landwirtschaftsflächen intakt.

gung der Eigentümer geöffnet, deren Bauland wieder als Landwirtschaftsfläche eingezont wird. Oft dient der Fonds jedoch auch dazu, Aufträge für die Anlage öffentlicher Plätze und Parks oder Architekturwettbewerbe mitzufinanzieren, oder um Landwirten

den Kauf von Landwirtschaftsland zu erleichtern.

Manchmal machen die Eigentümer auch lange Gesichter

Im Kanton Neuenburg handelt es sich vor allem um Landwirtschaftszonen, die zu Bauzonen werden. «Das Umgekehrte ist die Ausnahme», betont Patrick Jobin, Jurist im kantonalen Raumplanungsamt. «Entschädigt wird selten. Nur weil eine Bauzone zur Landwirtschaftszone wird, gibt es nicht zwingend eine Entschädigung. Wir versuchen, praktische Lösungen zu finden, etwa durch einen Grundstückstausch.» Bei Entschädigungen werden mehrere Kriterien berücksichtigt: Die Kompatibilität mit dem RPG, die geografische Lage, bereits bewilligte Investitionen.

Die zurückhaltende Entschädigungspolitik ist die Erklärung für

die «gute Ausstattung» dieses Fonds, der Ende 2012 7 bis 8 Millionen Franken enthielt. «Wir haben in den letzten zehn Jahren durchschnittlich 500 000 Franken jährlich eingenommen und 200 000 Franken ausgegeben, davon 50 000 bis 100 000 für Landwirte», erklärt Patrick Jobin. Er verweist auch auf die pendenen Entschädigungsanträge, die diesen Reservefonds drastisch schmelzen lassen könnten. Das System der Abschöpfung der Mehrwertabgabe geniesst insgesamt eine hohe Akzeptanz. Nach Patrick Jobin sorgt das System für «ein gutes Gleichgewicht» im Kanton. Wobei der Jurist einräumt, dass «die Besitzer manchmal schon auch ein langes Gesicht machen, wenn ihnen 20 Prozent abgenommen werden.»

Übersetzung Christina Miller

Schweiz

Gemeinsames Lobbying dank Kooperation

hotellerieuisse und Parahotellerie Schweiz haben eine Kooperationsvereinbarung unterzeichnet. Ziel der Vertragsparteien ist eine umfangreiche Kooperation im Bereich des Lobbying, wie sie mitteilen. Die Zusammenarbeit biete die Chance, den Anliegen und Interessen der Branche mehr Gewicht zu verleihen und mittels eines gemeinsamen Auftritts im politischen Prozess die gesamte Beherbergung zu vertreten.

Best Western: neuer Rekord bei Übernachtungen



Alain D. Bollaert

Im 2012 vermittelte Best Western Swiss Hotels den 35 Partnerhotels in der Schweiz 95 478 Zimmernächte. Der durchschnittliche Erlös pro Zimmer und Nacht lag bei 187 Franken. Für das laufende Jahr rechnet die Hotelorganisation mit einem Umsatzwachstum. «Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Ende 2013 mit fünf neuen Best Western Hotels im Schweizer Hotelmarkt aufzutreten», sagt CEO Peter Michel. dst

Wirbel um Pistenlänge



Swiss-Image

Das Messen der Skipisten-Länge scheint nicht einfach zu sein. Denn laut deutschen Berechnungen entspricht die korrekte Länge selten der offiziell kommunizierten.

DANIEL STAMPFELI

Ein vom Kölner Christoph Schrahe publizierter Skipisten-Bericht hat für Schlagzeilen gesorgt. Der Betreiber von www.ski-weltweit.de hat europaweit Pisten nachgemessen und teilweise grosse Unterschiede zu den von den Destinationen publizierten Angaben festgestellt. Aber wie messen eigentlich Schweizer Wintersportorte die Längen ihrer Skipisten? «Wir verfügen über ein ganz seriöses, GPS-basiertes System, mit welchem alle Pistenlängen und -Flächen eingemessen werden», sagt Fritz Jost, Leiter Technik der Bergbahnen Adelboden. Dies ermögliche, die exakte Länge der Pisten zu messen.

Gemeinsame Lösung im Interesse aller

«Die Pisten sind in den Zonenplänen der Gemeinden und des Kantons erfasst und entspre-

chend durch die Organe bewilligt worden», erklärt Dieter Bogner, Leiter Marketing bei der Engadin St. Moritz Mountains AG. Und dies teilweise seit Jahrzehnten, doch habe sich dies durch die Beschneidung und Pistenpräparierung sicher verändert. «In den heute kommunizierten Zahlen haben wir historische Fakten drin, die wir aus Marketinggründen nicht herausgenommen haben», so Bogner weiter. Kommuniziert werden 147 km Pistenlänge. Christoph Schrahe kam bei seiner Berechnung auf lediglich 64 Kilometer.

«Ich weiss nicht, wie Schrahe gemessen hat», hält Bogner fest. Die Studie bzw. Analyse werde nun im Detail angeschaut. «Die Geschichte zeigt, dass es keinen einheitlichen Messstandard gibt. Alle messen auf eine etwas andere Art. Infolgedessen wird von den Verbänden her reagiert und eine Lösung gefunden werden müssen, damit alle vom Gleichen sprechen.»

Neu Fläche in Hektaren statt Länge in Kilometern

Die Frage sei etwa, wie man zwei Pisten misst, die dann in eine einzige münden. Oder was ist mit einer 120 Meter breiten Piste mit verschiedenen Topografien? Sind es dann eine, oder zwei, drei oder gar vier Pisten? Es

gibt keinen Standard, es ist nichts definiert, und alle wenden es etwas anders an.

«Wir geben unsere Pistenlänge schon seit sehr langer Zeit unverändert an», so Arthur Clivaz, Direktor der Bergbahnen von Crans-Montana Aminona (CMA). Schon zu Beginn der Wintersaison habe man sich aber entschieden, die Fläche der Pisten neu zu berechnen, und zwar mithilfe der Radargeräte in den Pistenfahrzeugen. «In Zukunft wollen wir die befahrbaren Flächen und die Anzahl der Pisten kommunizieren», so Clivaz. Dies soll der Tatsache Rechnung tragen, dass eine Piste verschiedene Abfahrtsvarianten bietet. Clivaz ist überzeugt, dass die aktuell angegebenen 140 Kilometer die effektive Länge überschreiten.

«Wir Verantwortlichen der Bergbahnen der 4-Vallées werden zusammensitzen und die Situation besprechen müssen», sagt Frédéric Glassey, Direktor der Télénendaz SA. Die Angaben von total 412 km, die schon seit längerer Zeit bestehen, müssten kontrolliert werden. «Wir müssen ein Messsystem finden, das allen passt.»

Wie wichtig sind die Angaben der Pistenlängen? Diskutieren Sie mit und stimmen Sie ab auf www.htr.ch/pisten

ANZEIGE

Sie erhalten:
 Gratis-Beleuchtungs-Schnellcheck
 CHF 500.- Rabatt auf Beleuchtungsberatung
 CHF 2'500.- für LEDs

Ihr partner für
1to1 energy

Aktion: Watt à la carte, LED **BKW**®

Profitieren Sie bis 31. Januar 2014 vom Energiesparpaket der BKW. Sichern Sie sich unseren Förderbeitrag und melden Sie sich unter: www.bkw-fmb.ch/led an. Die Teilnehmerzahl ist auf 60 Betriebe beschränkt. Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung!

BKW FMB Energie AG, Viktoriaplatz 2, 3000 Bern 25, Telefon 0844 121 120, sales@bkw-fmb.ch



Michel Rochat, Direktor der EHL in Lausanne, will die Position an der Spitze der weltweit besten Hospitality-Management-Schulen ausbauen.

Nachhaltig präsent in den weltbesten Universitäten

Der Direktor der Ecole hôtelière de Lausanne will den Abstand zu den Konkurrenten vergrössern. Michel Rochat möchte dreissig neue Lehrkräfte rekrutieren.

ALEXANDRE CALDARA

Michel Rochat, Sie sind seit Juni 2010 Direktor der Ecole hôtelière de Lausanne. Wie sehen Sie die heutige Zeit?

Ich stehe an der Spitze einer fesselnden und komplexen Institution. Unsere Strategien 2012-2020 sind definiert. Wir leben in einer einzigartigen Zeit. Der weltweite Hospitality-Markt wächst. Nur der europäische Markt ist etwas flauer. In den Märkten der Schwellenländer ist eine unglaubliche Entwicklung im Gang.

Wie reagieren Sie? Unsere Schule muss sich auf die Märkte einstellen. Die quantitative Entwicklung geschieht ohne Konzessionen an die Qualität. Im Laufe eines sechsjährigen Unterrichtsprogramms entwickeln sich die Märkte, man muss sich jedes Jahr anpassen. Ich könnte mir zum Beispiel ein Bachelorprogramm-Modul über die Entwicklung eines Marktes in China vorstellen.

Zur Person Der Urgrossvater war Hotelier

Bevor er in der Direktion der Ecole hôtelière de Lausanne im Juni 2010 Ruud Reuland ablöste, war Michel Rochat beim Departement für Bildung und Jugend des Kantons Waadt für die Hochschulbildung verantwortlich. Davor war er Direktor der Fachhochschule Westschweiz. Sein Urgrossvater war Hotelier in Lutry gewesen, bevor er umsattelte und als Chef de Rang auf Kreuzfahrtschiffen arbeitete. «Als mein Vater mir davon erzählte, konnte ich die Freiheit, das Abenteuer schmecken, aber ich hätte nie gedacht, dass ich einmal in der Hotellerie arbeiten würde.» aca

Was sind die Besonderheiten Ihrer Schule? Wir sind vom genetischen Code her zu 100 Prozent privat, aber durch ein Abkommen mit dem öffentlichen Netz der HES-SO verbunden. Auch durch das Abkommen mit hotellerieunternahmungen haben wir eine direkte Verbindung zum Markt. Wir haben Zugang zu sehr vielfältigen Beziehungsnetzen.

Wird Ihr auf die Wirtschaftswelt konzentrierter Diskurs von den akademischen Kreisen verstanden? Ich vermute seit sieben Jahren nichts anderes. Das hat mir nie das geringste Problem eingebracht. Der Staat kann zufrieden sein, wenn es den Schulen gut geht. Unsere Politiker sind extrem pragmatisch. Die staatlichen Einrichtungen verstehen schon, was die Wirtschaft bringt.

Welche Ambitionen haben Sie für die zukünftige EHL? Wir müssen sie stärken. Wir wollen unsere Position an der Spitze der weltweit besten Hospitality-Management-Schulen ausbauen. Wir sind die einzige Schule, die akademische Arbeit und praktische Erfahrung kombiniert, alle unsere Konkurrenten machen nur eines von beidem. Wir müssen unsere Präsenz in den weltbesten Universitäten festigen. Wir tun das, damit unsere Absolventen die besten Arbeitsplätze finden.

Mit welchen konkreten Massnahmen lässt sich die Leistung noch steigern? Wir sind in einer Rekrutierungsphase: Bis nächstes Jahr wollen wir dreissig Professoren einstellen. Wir haben es auf die Besten jedes Fachgebiets abgesehen. Sie werden über persönliche Netzwerke und über die Swiss Nex angepeilt, die fünf Schweizer Wissenschaftsbotschaften rund um die Erde.

«Wir müssen unsere Präsenz in den weltbesten Universitäten festigen.»

Michel Rochat
Direktor Ecole hôtelière de Lausanne

Wie nehmen Ihre Lehrkräfte das auf? Ein paar haben sich im letzten Sommer öffentlich beklagt. Das sind neue geschaffene Posten, reines Wachstum. Die Beziehung zu unseren Lehrkräften ist nicht anders als an anderen Universitäten. Unsere Professoren haben feste Überzeugungen und Ideen, sie stellen uns in Frage. Ich empfinde das als positiv, es hält den Geist wach.

Warum haben Sie 2012 sieben «meilleurs ouvriers de France» («beste Arbeiter Frankreichs») eingestellt? Sie tragen zur Dynamik unseres im September eingeführten neuen Vorbereitungsjahres bei. Wir bieten rund zwanzig Schul-Workshops in allen Bereichen des Hospitality Managements an. Rund 20 Prozent unserer Schüler kommen aus Frankreich. Die «meilleurs ouvriers de France» beteiligen sich an einem selektiven internationalen Wettbewerb, sie haben Kampfgest. Sie tragen zu unserer qualitativen Alchemie bei.

Sie wollen auch Ihren Master reformieren... Wir möchten 2014 bis 2015 einen konsekutiven Master einführen, der im Netzwerk absolviert werden kann. Im

Hospitality Management haben wir keinen einzigen Konkurrenten. Hingegen könnten unsere Schüler in Finanz- oder Human-Relations-Lehrgängen vom Austausch mit einer der 50 in diesen Gebieten weltbesten Universitäten profitieren.

In der Schweiz streben Sie auch nach Exzellenz... Wir wollen mit unserer Arbeit über das neue Gesetz 2016 bis 2018 die beste Fachhochschule der Schweiz werden. Wir müssen unsere Forschungskultur noch mehr in der Praxis anwenden. Und uns positionieren, um Forschungsgelder zu erhalten, wie die in einem anderen Markt erfolgreiche EPFL.

Glauben Sie nicht, dass die Schule zu viele Studierende ausbildet, die sich von der Hospitality-Branche wieder abwenden? Das stimmt so nicht. 80 Prozent unserer Studenten bleiben in der Hospitality-Branche, rund 45 Prozent direkt in der Hotellerie, über 10 Prozent in der Gastronomie. Wenn sie in einer Bank arbeiten, kümmern sie sich nicht um Finanzanalysen, sondern um die Kundenbetreuung, um Events oder Hotelkredite. Sie tragen auch dazu bei, dass die Schule grössere Bekanntheit erlangt.

Wie denken Sie über den Hotelmarkt in der Schweiz? Die Vielfalt der Dienstleistungen und die starke logistische Organisation scheinen mir typisch. Ich bewundere die Angebotsvielfalt, vom Business-Hotel über den Skiort bis zum Aufenthalt am Wasser. Unsere Studierenden lernen diese Realität durch ihre neuwöchigen Entwicklungsprojekte in der Branche aus der Nähe kennen.

Übersetzung: Christina Miller

Standpunkt

Drei Gründe sprechen für Trendwende im Tourismus



RICHARD KÄMPF

Das für den Schweizer Tourismus schwierige 2012 hat einen versöhnlichen Abschluss gefunden. Für den November weist das BFS ein Wachstum der Hotelübernachtungen von 1,5% gegenüber dem Vorjahr aus. Für die Weihnachtstage und den Jahreswechsel lassen die Rückmeldungen aus den Tourismusregionen auf einen befriedigenden Geschäftsverlauf schliessen. Obwohl dieser erfreuliche Befund nicht überinterpretiert werden

«Die Chancen sind gut, dass die rückläufige Nachfrage 2013 gestoppt werden kann.»

sollte, bestätigt er doch, dass sich die Perspektiven für den Schweizer Tourismus allmählich wieder aufhellen und die Chancen gut stehen, dass der rückläufige Nachfragetrend im 2013 gestoppt werden kann. Hierfür sind vor allem drei Gründe verantwortlich. Erstens ist bezüglich Frankenstärke eine Entschärfung absehbar; insbesondere aufgrund bestehender Inflationsunterschiede wird die Schweiz mit der Zeit relativ billiger gegenüber den Konkurrenten aus dem Euro-Raum. Zweitens stabilisiert sich die Wirtschafts- und Verschuldungssituation im Euroraum, und drittens dürften allmählich Nachholeffekte zum Tragen kommen. Ein zur Stärke neigender Schweizer Franken wird zwar für den Schweizer Tourismus aus weiterhin eine Herausforderung bleiben, die in der jüngeren Vergangenheit aufgrund der Frankenstärke erlebten massiven Einbussen dürften aber letztendlich vorübergehender Art bleiben. Stärker in den Vordergrund rücken werden im laufenden Jahr die strukturellen Auswirkungen aufgrund der Zweitwohnungsinitiative. Obwohl es nach wie vor grosse Unsicherheiten gibt, ist jetzt schon klar, dass die Umsetzung die Tourismusregionen und die Tourismuswirtschaft vor grosse Herausforderungen stellt. Dies gilt insbesondere für die gehobene Hotellerie, wo die Querfinanzierung von Investitionen über den Bau und den Verkauf von Zweitwohnungen eine besondere Rolle spielt. Es wird nicht einfach sein, tourismusfreundliche Ausfuhrungsbestimmungen zu erreichen, mit denen gleichzeitig Sinn und Geist der vom Volk angenommenen Zweitwohnungsinitiative nicht ausgehöhlt werden.

* Richard Kämpf ist Leiter des Ressorts Tourismus beim Seco.

ANZEIGE

HESSER

Mit 5% mehr Umsatz und 5% weniger Kosten kann das Ergebnis um 30-40% gesteigert werden. Wir analysieren den Betrieb und zeigen auf Erfolgsbasis auf, wie das Ergebnis verbessert werden kann.

Poststrasse 2, 8808 Pfäffikon
055 410 15 57, hesser@bluwin.ch

Ausgebuchte Schweizer MICE-Messe

Der Kongresstourismus vermittelt der Schweizer Hotellerie fast jede fünfte Hotelnacht. Nun hat dieses Segment eine eigene Messe: Die «KonferenzArena» feierte ihr Debüt in Zürich.

GU DRUN SCHLEN CZEK



Bilder zvg

Die erste rein schweizerische MICE-Fachmesse war mit 170 Fachausstellern komplett ausgebucht. 780 Besucher empfing die «KonferenzArena 2013», die letzte Woche im Zürcher Kongresshaus über die Bühne ging. Das Messekonzept versuchte, die Vielfalt des Konferenz-, Event- und Seminarbusiness zu widerspiegeln. Es bot neben der Ausstellung Referate, Podiumsdiskussionen, Hotelbattles und

Podiumsdiskussion: **Roger Gloor**, Best Western Trend-Hotel Zürich-Regensdorf, **Patrik Scherrer**, Kursaal Bern, **Urs Hirt**, MICE inside, **Jeannie Mathys**, Mathys Immobilien, **Mike Iliopoulos**, MCI Zürich (v.l.).

ein professionelles Netzwerk. Die «KonferenzArena» entstand aus einem Joint Venture der zwei Unternehmen Primus Verlag AG und Premium Management Group Holding AG. Die einzige «rein schweizerische Fachmesse für Meetings, Incentives, Conventions and Events», wie die Veranstalter betonen, soll wiederholt

werden. Der Termin steht schon fest: 29. Januar 2014. Der «KonferenzArena»-Veranstalter und selber MICE-Anbieter Oliver Stoldt sieht noch «weites brachliegendes Potenzial im Schweizer MICE-Markt».

Mehr zu MICE-Tourismus im Fokus auf Seite 11 bis 14



MICE-Branche unter sich: Networking an der «KonferenzArena» 2013 in Zürich.



Barbra Steuri-Albrecht und Jürg Schmid, Schweiz Tourismus.



170 Aussteller präsentierten sich an der ersten Schweizer «KonferenzArena» im Zürcher Kongresshaus.



Bilder zvg

Geschäftsleiter **Ralph Lindenmann** und Chefedaktor **Wolfram Meister** von «Graubünden geht aus», befragt von **Rainer Maria Salzgeber** (v.l.).

Die Party zur fünften Auflage

Seine fünfte Auflage des kulinarischen Führers «Graubünden geht aus» feierte der Gourmedia-Verlag letzten Montag gebührend im Dracula-Club in St. Moritz.

GU DRUN SCHLEN CZEK

Der Gourmet-Führer «Graubünden geht aus» des Zürcher Gourmedia-Verlags erscheint nun bereits zum fünften Mal. Der grüne Führer in Magazinformat erhebt den Anspruch, die 111 Restaurants Graubündens zu präsentieren. Das Fünf-Jahres-Jubiläum wurde am Montag mit viel Gastro-Prominenz im Dracula-Club in St. Moritz gefeiert. Das Kulinarische kam, versteht sich, an dem Event nicht zu kurz. Die prominenten Gastköche **Martin Dalsass**, **Hans Nussbaumer** und **Jan Gassen** sorgten für das leibliche Wohl.



Talk der Chefköche: **Jacky Donatz** und **Andreas Caminada** (r.).



Martin Dalsass, **Talvo Champfèr**, **Klaus Blümel**, Kornplatz Chur (r.).

Sesselrücken

Vils wechselt vom Kandertal zum SAC

Der 43-jährige **Jerun Vils** (Bild) wird neuer Geschäftsführer des Schweizer Alpen-Clubs (SAC). Der Berner Oberländer Touristiker löst



adb

Peter Mäder ab, der in eine Stabsstelle der Freiburger Kantonsverwaltung wechselt. Vils arbeitet seit über 15 Jahren im Berner Oberland, zuerst als Tourismusdirektor von Kandersteg, danach als Geschäftsführer der Destination Kandertal. Zudem war er in den letzten 7 Jahren als Präsident der Destinationen Berner Oberland engagiert. Jerun Vils ist aktiver Bergsportler.

VR-Präsidentin wird CEO der Hapimag-Gruppe



zvg

Die bisherige VR-Präsidentin der Hapimag-Gruppe, **Marisabel Spitz**, übernimmt am 1. Mai die operative Leitung des Unternehmens. Als Nachfolger im Präsidium des Verwaltungsrats ist **Giatgen Peder Fontana** designiert. **Marisabel Spitz** übernimmt die Hapimag-Geschäftsleitung von **Kurt Schöhl**, der seit 2003 wesentlich dazu beigetragen habe, dass sich Hapimag zu einem modernen Unternehmen mit 141 000 Mitgliedern, 57 Resorts und 5300 Apartments entwickelt hat, heisst es in einer Mitteilung des Unternehmens.

Die SBB erhalten einen neuen Medienchef

Martin Stutz (Bild) wird neuer Pressechef der SBB. Der 49-Jährige bringt langjährige Berufserfahrung als Journalist mit und war in ver-



zvg

schiedenen leitenden Funktionen im Kommunikationsbereich tätig. Gegenwärtig ist er Leiter externe und interne Kommunikation des Energieunternehmens Alpiq. Bis zum Eintritt von **Martin Stutz** am 1. Mai wird die Medienstelle weiterhin intermischisch von **Christoph Rytz** geleitet, der anschliessend seine bisherige Tätigkeit als Leiter Kommunikation bei SBB Cargo in Basel wieder aufnehmen wird.

Ein Ständerat an der Spitze des «Papilliorama»



zvg

Der Berner Ständerat **Hans Stöckli** (Bild) ist an der Generalversammlung des Fördervereins «Freunde des Papilliorama» zum neuen Präsidenten gewählt worden. **Stöckli**, der auch Präsident der touristischen Destination «Jura & Trois-Lacs» sowie Präsident des Eidgenössischen Turnfests 2013 in Biel ist, betrachtet das Schmetterlingsmuseum in Kerzers als einen der grössten touristischen Stützpfiler der Region. Er ersetzt den scheidenden Präsidenten **Severin Maurer**, der zum Ehrenpräsidenten ernannt wurde.

Neuer Sales-Manager für das Entlebuch



zvg

Der Vorstand des Marketingpools Entlebuch hat **Sandro Widmer** als neuen Sales-Manager gewählt. Der 38-jährige Luzerner tritt im

April die Nachfolge von **Elke Gruth** an. **Widmer** wirkte in den letzten drei Jahren als District Manager für Schweiz Tourismus in Düsseldorf. Zuvor war er für Rail-Away und die Rigibahnen tätig. In seiner neuen Funktion wird er die Vermarktung der Unesco Biosphäre Entlebuch und derer Poolpartner vorantreiben und mitprägen, heisst es in einer Mitteilung des Marketingpools.

CFO verlässt Victoria-Jungfrau Collection



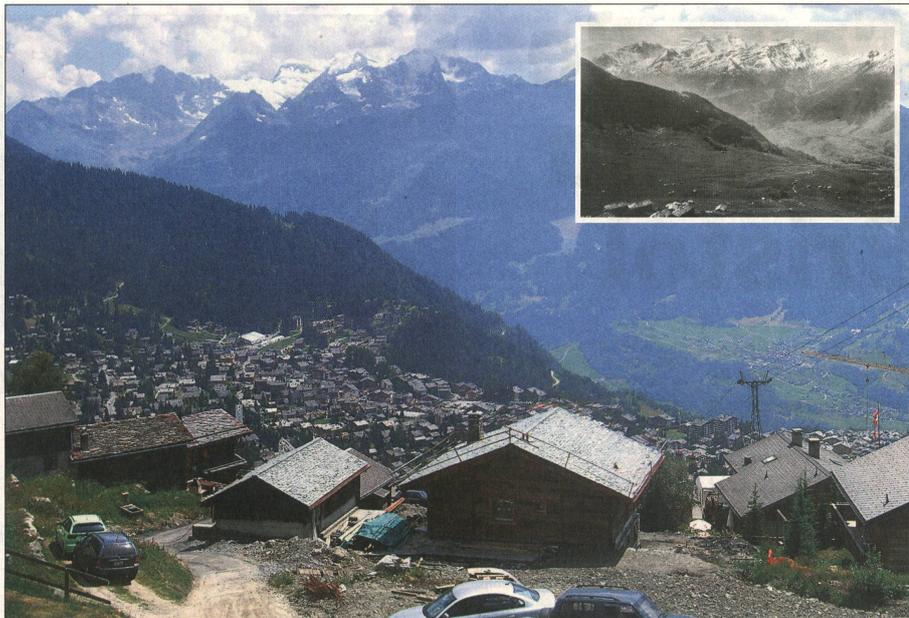
zvg

Reto Meinhardt (Bild), Chief Financial Officer der Victoria-Jungfrau Collection (VJC), verlässt die Luxus-Hotelkette nach drei Jahren per Ende Juli aus familiären Gründen. Der Verwaltungsrat hat die Rücktrittsankündigung mit Bedauern zur Kenntnis genommen. **Meinhardt** habe in den letzten drei Jahren einen bedeutenden Einsatz bei der Entwicklung des Unternehmens geleistet, hält der VR-Delegierte **Beat R. Sigg** in einer Mitteilung fest. **VJC** vereint vier führende 5-Sterne-Hotels in der Schweiz

La Fédération suisse du tourisme s'engage pour la révision de la loi sur l'aménagement du territoire. En Valais cependant le texte suscite la controverse, aussi chez les hôteliers.

THÉRÈS LAGLER

Des paysages intacts sont d'une importance capitale pour l'activité touristique. Dominique de Buman, président de la Fédération suisse de tourisme (FST), l'a fermement réaffirmé mardi devant les médias. Il est apparu aux côtés de Markus Ritter, le nouveau président de l'Union suisse des paysans, et de nombreuses autres organisations afin d'inciter le peuple suisse à accepter le 3 mars prochain la révision de la Loi sur l'aménagement du territoire. Il a rappelé que ce texte représente un instrument indispensable pour préserver les beautés naturelles de la Suisse, car il incite les communes à gérer le sol de manière rigoureuse et à densifier la construction. « Cette démarche possède une signification économique, a-t-il souligné. Le rapprochement des infrastructures et des utilisateurs permet de diminuer les coûts et de réduire le trafic. » Dominique de Buman a en outre rappelé que la FST est cosignataire depuis cinq ans de la Charte du développement durable du tourisme suisse qui se mobilise en faveur d'une gestion responsable des paysages naturels et ruraux traditionnels. Le président de la FST a déclaré que cet engagement commun avec l'Union suisse des paysans reposait sur une convergence d'intérêts. « En développant l'agrotourisme, les paysans



En médaillon, une vue de Verbier avant 1920 et en couleur une image contemporaine de la station.

Le Valais à part

occupent une niche et ils réalisent avec des produits certifiés de la région une plus-value dont bénéficie l'ensemble du secteur touristique.»

Les hôteliers valaisans redoutent les effets sur les successions

En Valais, le canton qui possède de les plus grandes réserves de sol constructible et serait con-

traint de changer l'affectation de plusieurs hectares de terrain à bâtir, de tels arguments peinent à emporter l'adhésion. Si l'association des hôteliers s'est prononcée pour la liberté de vote, il suffit d'interroger son président Pierre-André Pannatier ou son directeur Patrick Bérold pour se rendre compte que la balance penche vers le rejet. « En Valais, il est ha-

bituel qu'un hôtelier père de deux enfants transmette son entreprise à l'un et le terrain constructible à l'autre », explique Patrick Bérold. « Si le terrain est déclassé, il perd une grande partie de sa valeur, de sorte que l'un des enfants devrait recevoir une compensation financière. Une solution impossible à mettre en pratique pour de nombreux hôteliers. »

En Suisse, le prix des terres agricoles s'établit en moyenne à 10 francs le mètre carré. Le terrain à bâtir, en revanche, peut atteindre plusieurs centaines, voire plusieurs milliers de francs en fonction de sa situation. La préservation des beautés naturelles est aussi importante pour l'association des hôteliers valaisans. Pourtant, il serait déraisonnable de ruiner des familles entières afin de parvenir à cet objectif, insiste Patrick Bérold. Le canton se trouve dans une situation particulière. 70% des Valaisans sont propriétaires de leur logement alors que seuls 30% sont des locataires. Dans le reste de la Suisse, cette proportion est exactement

inversée. Cette politique du sol a assurément augmenté le mitage, mais elle pourrait permettre au Valais d'absorber un accroissement de la population, contrairement aux autres cantons de montagne.

Changements d'affectation à Berne et dans les Grisons

Les deux cantons à forte activité touristique, Berne et les Grisons, attendent sereinement le résultat de la consultation populaire. Ils sont favorables à la nouvelle législation. Hansjörg Trachsel, le président du gouvernement grison, a indiqué à plusieurs reprises au cours des derniers jours que les zones à bâtir dans son canton ont déjà été réduites aux besoins des 15 prochaines années. Le canton de Berne ne craint pas non plus la nouvelle loi en raison de changements d'affectation réalisés dans les années 1980. En outre, une grande part des communes prélève déjà des taxes sur les plus-values.

Traduction Jean-Pierre Ammon sur la base de textes en page 3

Suisse

Courts-métrages et hôtels sont les bienvenus

La troisième édition du Swiss Hotel Film Award est lancée sur le thème de « You are welcome! ». Les cinéastes professionnels et amateurs des deux établissements à déposer leurs idées de courts-métrages jusqu'au 15 avril. Les membres d'hôtellerie-suisse sont, quant à eux invités à mettre leur établissement à disposition pour la durée de tournage, au maximum deux jours. [aca](http://www.swisshotelfilmaward.ch)

www.swisshotelfilmaward.ch

Le travail flexible pour désengorger les transports



Les CFF et Swisscom s'interrogent sur la manière de mieux répartir l'occupation des trains. Ils ont lancé l'essai pilote « Work-Anywhere », qui concerne 250 employés des deux entreprises durant les mois de février et mars. Ils prendront le train en dehors des heures de pointe et seront amenés à travailler de manière mobile, que ce soit à domicile ou sur le chemin du travail. Il s'agit notamment d'étudier les modèles de travail flexible et leurs effets sur la manière de voyager.

Valais

Le cinéma utilisé pour dynamiser la ville de Sierre

L'Office du tourisme de Sierre, Salgesch et environs lance un partenariat interactif entre les cinémas et plusieurs établissements. A l'achat d'une entrée de cinéma, le détenteur peut bénéficier de rabais auprès de 25 établissements, tels que des bars et restaurants, le jour de la séance ou un autre jour. Pour l'OT, il s'agit de proposer un moment de convivialité globale, de faire redécouvrir l'offre sierroise, de dynamiser le centre-ville. L'opération démarre le 14 février.

Vaud

Nouveau record battu dans le ciel de Château-d'Éx



Le 35e Festival international de ballons à Château-d'Éx s'est clos dimanche sur un bilan qualifié de « satisfaisant » par les organisateurs. Près de 30 000 visiteurs ont assisté à 400 décollages. Les vols ont été possibles durant cinq jours sur les neuf que compte le festival. La météo très favorable du premier week-end a permis de battre un record, avec 105 vols effectués le samedi. Le spectacle Night Glow, prévu samedi dernier, a en revanche été annulé. ib

Points principaux de la loi

Soumise au corps électoral le 3 mars prochain, la révision de la Loi sur l'aménagement du territoire souhaite freiner le gaspillage du sol et de lutter contre la spéculation foncière. A cet effet, elle prévoit les instruments suivants.

Impôt sur les plus-values. Si un bien-fonds est déclassé en terrain constructible, sa valeur augmente considérablement. La nouvelle loi prévoit que le 20% au minimum de cette plus-value revienne aux cantons et aux

communes. Toutefois, le prélèvement ne serait pas effectué au moment du déclassement, mais uniquement lorsque le propriétaire vend ou construit.

Zones déterminées en fonction des besoins. A l'avenir, les zones à bâtir devraient correspondre aux nécessités prévisibles pour les 15 prochaines années. Dans certaines communes, les zones constructibles suffisent à répondre aux besoins pour plus de 50 ans. Ces dernières seraient donc contraintes à

réduire leurs zones à bâtir surdimensionnées. Ces changements d'affectation seraient compensés par des indemnités financées par les taxes prélevées sur les plus-values foncières.

Disponibilité du sol. La loi simplifie les échanges de terrains afin de favoriser la création de zones continues de parcelles adjacentes. Elle permet aux cantons de fixer des délais pour l'édification d'un terrain à bâtir. Une mesure pour combattre la spéculation foncière. tj/pa

Quand la taxe s'intègre au paysage

Le canton de Neuchâtel applique le prélèvement de la taxe sur la plus-value depuis 1986. Un système bien accepté et garant d'un certain équilibre.

LAETITIA BONGARD

« Neuchâtel a beaucoup moins mité son paysage que d'autres. Peut-être aussi parce que la pression était moins que sur l'Arc lémanique. Mais cela prouve que s'il y a une volonté politique, il est possible de réaliser un aménagement du territoire équilibré entre zone de détente, d'habitation et d'activités économiques. » Fernand Cuche, ancien conseiller d'Etat neuchâtelois et ancien con-

seiller national, sort de son silence. Après quatre ans d'absence, ce défenseur de l'agriculture et membre des Verts, est de retour sur la scène politique pour défendre la révision de la loi sur l'aménagement du territoire (LAT). « La nette majorité du peuple neuchâtelois a accepté, il y a plus de 40 ans, un décret qui interdit les constructions le long des crêtes du Jura et sur les grèves », rappelle-t-il. Une vision selon lui précurseur, une prise de conscience collective.

Neuchâtel fait partie des quatre cantons – aux côtés de Genève, Bâle-Ville et la Thurgovie – à déjà appliqué l'instrument du prélèvement de la taxe sur la plus-value. Elle l'a introduit en 1986 à hauteur de 20%. Le produit de la taxe alimente un fonds cantonal, qui sert à indemniser les propriétaires dont le terrain est déclassé,



« S'il y a la volonté politique, on peut réaliser un aménagement territorial équilibré. »

Fernand Cuche
membre des Verts

autrement dit qui passe d'une zone constructible à une zone agricole. Plus fréquemment, il participe au financement de mandats pour l'aménagement de places publiques, de parcs, de concours d'architecture ou facilite l'achat de terres par les agriculteurs.

Dans le cas neuchâtelois, il s'agit principalement de zones agricoles qui deviennent zones à bâtir. « L'inverse est une exception », relève Patrick Jobin, juriste au Service de l'aménagement du territoire du canton. « On indemnise rarement. Ce n'est pas parce qu'une zone à bâtir devient agricole qu'il y a dédommagement. Nous recherchons plutôt des solutions, comme des échanges de terrains. » En cas de dédommagement, plusieurs critères entrent en ligne de compte: la compatibi-

lité avec la LAT, la situation géographique, l'équipement ou l'investissement déjà consenti.

La faiblesse des indemnités explique ce fonds « bien garni », doté de 7 à 8 millions de francs au 31 décembre 2012. « Nous avons encaissé en moyenne 500 000 francs par an en dix ans et dépensons en moyenne 200 000 francs, dont 50 000 à 100 000 pour les agriculteurs », détaille Patrick Jobin. Qui n'étudie pas les quelques demandes d'indemnités en cours qui risquent de faire fondre drastiquement ces réserves. Le système de prélèvement de la taxe semble globalement bien accepté. Selon lui, ce système garantit « un bon équilibre » au sein du canton. Même si le juriste reconnaît que « les propriétaires font un peu la grimace au moment où on leur prélève les 20% ».

En bref

International

Le tourisme mondial poursuit son expansion

La croissance du tourisme international devrait se maintenir en 2013, indique le dernier baromètre de l'Organisation mondiale du tourisme. L'arrivée des touristes internationaux devrait augmenter entre 3% et 4%, soit légèrement moins qu'en 2012 (+4%). Au niveau des régions, c'est l'Asie-Pacifique qui présente les meilleures perspectives (+5% à +6%). Viennent ensuite l'Afrique (+4% à +6%), les Amériques (+3% à +4%), l'Europe (+2% à +3%) et le Moyen Orient (0% à +5%).

Accor actualise ses applications mobiles



Accor lance une nouvelle application mobile de réservation dédiée uniquement à la famille ibis (ibis, ibis styles et ibis budget), soit 1600 hôtels. Elle est dotée d'une fonction de géolocalisation, de photos et vidéos. Le groupe en a profité pour actualiser la version de son application multi-marque, accorhotels.com, qui permet d'effectuer des réservations dans 3500 hôtels de 90 pays. Les deux applications sont disponibles sur les systèmes iPhone, Android et Blackberry.

Jura

Le SnowUp interjurassien bat son plein

La cinquième édition du SnowUp interjurassien, pendant hivernal du SlowUp, a remporté un franc succès dimanche dernier. Près de 8500 amateurs de mobilité douce ont participé à la manifestation qui s'est déroulée entre Saïneglérier et Tramelan. Chaussés de skis de fond, de raquettes à neige ou simplement de chaussures de marche, les adeptes de randonnées et de neige fraîche se sont lancés sur quatre itinéraires, de 3 à 16 kilomètres. Diverses animations ponctuaient le tracé. lb

Coup de froid au Bristol

Tempête sur Villars. La fermeture brutale de l'Hôtel Bristol à la suite d'un imbroglio juridico-financier oblige autorités et responsables du tourisme à parer au plus pressé.

CLAUDE JENNY

Mais que s'est-il passé pour que le Bristol cet hôtel 4 étoiles - «un gros porteur de la station avec quelque 200 lits», souligne Serge Beslin, directeur de l'Office du tourisme - soit contraint à mettre ainsi la clé sous le paillason? Un cataclysme inédit, une «première» de mémoire d'hôtelier: «Oui, sans doute s'agit-il d'une triste première. Je n'ai pas connaissance d'un précédent de cette nature. Il s'agit vraiment d'un cas très particulier, curieux et complexe et qui fait un dégât énorme à l'image hôtelière», commente Philippe Thuner, président de l'Association romande des hôteliers. «J'ai appris la nouvelle un matin et l'après-midi l'hôtel était fermé. Impossible de trouver une solution de secours en quelques heures», ajoute-t-il.

«C'est une situation d'une complexité folle»

Alors pourquoi? Et pourquoi maintenant, alors que l'hôtel enregistrait de nombreuses réservations pour la période des relâches scolaires de février? «La société qui avait repris l'exploitation de l'établissement géré en copropriétés, il y a un an et demi, n'était pas au bénéfice d'une autorisation d'exploitation en bonne et due forme», commente Serge Beslin. «De notre côté, nous savions seulement que cet hôtel affichait un retard dans le paiement des taxes de séjour», précise-t-il. «C'est une

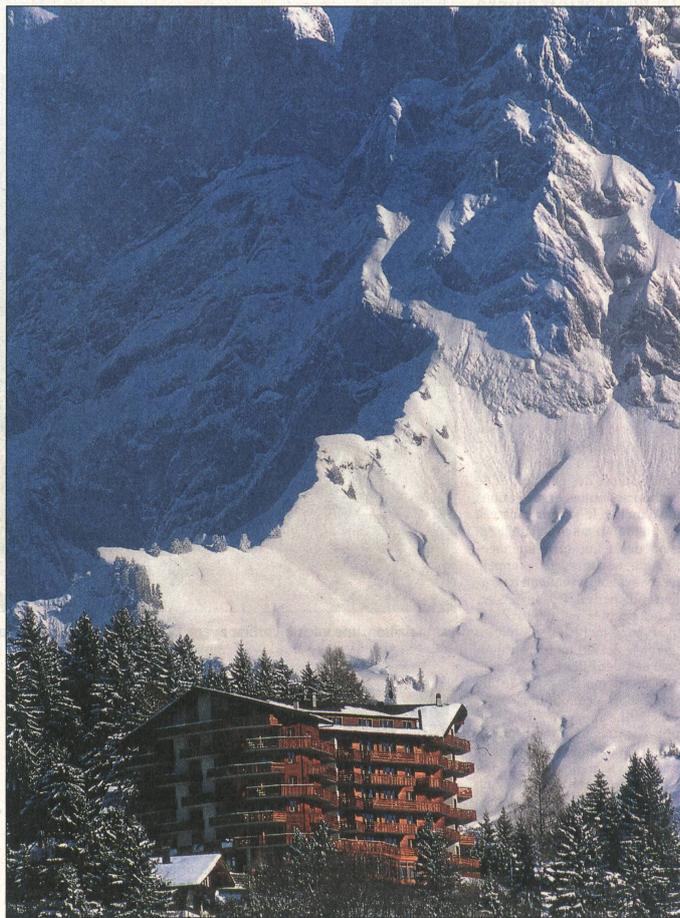
situation d'une complexité folle», commente Philippe Thuner, «car un éventuel nouvel exploitant aurait dû reprendre un passif conséquent de l'ancienne société d'exploitation.»

D'où la décision-couperet de la police du commerce vaudoise tombée la semaine dernière. Une décision semble-t-il inévitable, mais qui aurait méritée un minimum d'informations. Or son chef n'a pas daigné répondre à nos questions. «Cette décision était inéluctable. Nous la comprenons, même si c'est une grosse tuile pour la station», analyse Jean-Luc Chollet, syndic d'Ollon. «La commune avait même proposé une garantie de 10 000 francs pour éviter une fermeture en pleine saison», ajoute-t-il avec résignation. Quant au responsable de la société exploitante du Bristol, Jean-Pierre Leubaz, nous avons pu le joindre. Mais la conversation s'est résumée à: «Je ne communique pas!»

Un personnel de l'Office du tourisme prévient les hôtes

Autorités et responsables du tourisme ont dû faire face à cette fermeture et à l'arrivée de touristes trouvant porte close. Avec l'aide d'autres hôteliers les victimes de cette situation ont tous pu être logés dans un hôtel de même catégorie, notamment à l'Eurotel, que dirige Dominique Dietrich, président des hôteliers de la station. «Nous avons assuré les hôteliers que la commune assumerait les frais de ces prises en charge de dépannage», confie le syndic. Il a aussi été possible de disposer du fichier des réservations pour toute la période des relâches. Une personne de l'Office du tourisme a été spécialement affectée à la tâche d'avertir les personnes ayant effectué les réservations et de collaborer avec les plates-formes de réservation, notamment «Swiss Quality Hôtels», dont l'hôtel était membre.

«Je pense que tout le monde a pu être averti et nous avons placé un panneau à toutes fins utiles sur la porte de l'hôtel», précise Serge Beslin.



L'Hôtel Bristol de Villars affiche portes closes, une situation complexe.

Réouverture: les scénarios

Au-delà de la gestion de la situation en urgence se pose évidemment la question d'une éventuelle réouverture du «Bristol» dans un avenir le plus proche possible. «Deux groupes hôteliers ont manifesté un intérêt. C'est la bonne nouvelle dans cette grisaille. J'espère une réouverture pour l'été», déclare Serge Beslin, directeur de Villars Tourisme.

Avant de poursuivre: «J'imagine volontiers que des groupes hôteliers puissent être intéressés. Un groupe m'a déjà contacté», ajoute Philippe Thuner, mais il se montre raisonnablement

optimiste quant au timing: «Si le Bristol est à nouveau ouvert pour la prochaine saison hivernale, ce sera déjà bien.»

Pour le président de l'Association romande des hôteliers: «Un groupe hôtelier ne sera vraiment intéressé qu'à partir du moment où toute la question des passifs en retard sera clarifiée et réglée. Qui plus est, il voudra sûrement être propriétaire de la totalité des lots d'exploitation. Si la banque qui possède le plus gros lot sera certainement arrangeante, encore faudra-t-il convaincre tous les autres copropriétaires de

vendre leurs parts. Ce qui ne sera pas simple et prendra forcément plusieurs mois.»

Philippe Thuner entend surtout intervenir pour que pareille situation, fut-elle un cas spécial et unique, ne se renouvelle pas. «Nous allons rencontrer prochainement des représentants de l'Etat pour mettre en place un système d'alerte afin que nous puissions trouver une solution dès que le clignotant est à l'orange», annonce-t-il. Il se dit convaincu qu'il aurait été possible d'éviter la fermeture du Bristol en pleine saison si la sonnette d'alarme avait été tirée. cj

ANNONCE

stars&hotels
Swiss Hotel Film Award

VOTRE HÔTEL, LIEU DE TOURNAGE D'UN FILM...

**VOUS ÊTES intéressé ?
INSCRIVEZ-VOUS
MAINTENANT !**

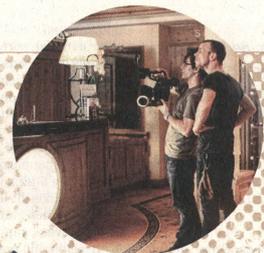
EVA.STREBEL@HOTELLERIESUISSE.CH, TÉL. 031 370 42 87
WWW.SWISSHOTELFILMAWARD.CH

PARTENAIRE MÉDIA

PRESENTED BY

htr hotel revue

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association



You are welcome!

Le tic-tac horloger en clips

Des clips vidéo. C'est le support que Tourisme neuchâtelois a choisi pour faire connaître à un nouveau public l'urbanisme horloger de La Chaux-de-Fonds et du Locle.

MIROSLAW HALABA

Un établi itinérant, un homme qui donne l'heure, des images furtives, des ateliers d'horlogerie, des rues rectilignes comme on n'en voit qu'au Locle et à La Chaux-de-Fonds. Un monde décalé, décoiffant. Ce sont là quelques éléments du contenu de neuf clips vidéo réalisés à la fin de l'an passé par les étudiants de troisième année de l'École d'arts appliqués de La Chaux-de-Fonds pour le compte de Tourisme neuchâtelois.

Un moyen de rajeunir son public cible

Le thème de ce projet intitulé «Clip Tac?» L'urbanisme horloger du Locle et de La Chaux-de-Fonds, les deux villes inscrites depuis 2009 au Patrimoine mondial de l'Unesco. «Nous avons voulu jeter un regard différent, décalé sur l'urbanisme horloger de ces deux villes afin d'attirer l'attention d'un nouveau public, plus jeune», explique Vincent Matthey, coordinateur Montagnes de Tourisme neuchâtelois.



«Nous avons voulu jeter un regard différent, décalé sur l'urbanisme horloger.»

Vincent Matthey
Tourisme neuchâtelois

Les premiers à voir ces clips ont été les spectateurs de la 2e Biennale internationale des bobines d'ici, le Festival Bibi, un festival consacré à la réalisation cinématographique neuchâteloise et organisé le week-end passé à La Chaux-de-Fonds. Mais avant même qu'ils ne s'attaquent à la conquête du public auquel ils sont destinés, ces petits

films ont déjà généré un lot de satisfaction. «Ce fut une expérience très positive et nous sommes très heureux du résultat», indique Vincent Matthey.

Regard neuf sur la ville

Du côté des réalisateurs, la satisfaction est aussi de mise. «Tourisme neuchâtelois a fait preuve d'un très grand degré d'ouverture, il nous a laissés une belle carte blanche et offert un cadre de travail très intéressant», a indiqué le directeur de l'école, Marc Pfister, lors de la présentation des travaux à la presse. La tâche ne fut pas facile pour les

étudiants, notamment pour comprendre l'urbanisme horloger. «Les films ressemblent à leurs auteurs», s'est réjoui Samuel Chalard, enseignant du cours vidéo. «C'est peut-être dans le décalage par rapport à la réalité que nous avons pu faire passer le message», a dit, pour sa part, l'un des étudiants. Pour la plupart d'entre eux, ce travail leur a aussi permis de découvrir ou de redécouvrir leur ville.

Tourisme neuchâtelois entend bien utiliser ces petits films décalés. «Nous utiliserons largement internet et les réseaux sociaux», déclare Vincent Matthey. Un site (www.clip-tac.ch) permettra de les découvrir ces prochains temps, à raison d'un clip par semaine. Les films seront mis dans les dossiers de presse destinés aux journalistes. Ils serviront aussi à animer des manifestations. Un organisateur s'est déjà annoncé pour les

utiliser. Ce nouveau support viendra s'ajouter aux diverses initiatives qui ont été prises pour promouvoir les deux villes du Haut du canton, en particulier, depuis qu'elles figurent au patrimoine de l'Unesco. Même s'ils sont modestes, ces clips ne seront pas de trop pour attirer le public, car, en dépit des résultats obtenus, il y a encore à faire.

Tourisme d'excursion et visites guidées en augmentation

Depuis 2009, La Chaux-de-Fonds et Le Locle ont certes largement gagné en visibilité. Pour preuve notamment, le nombre de visites guidées a quadruplé. «Fière de ses villes, la population joue le rôle d'ambassadeur en incitant leurs connaissances à venir les visiter», explique Vincent Matthey. Les deux cités participent, par ailleurs, au réseau des villes Unesco de Franche-Comté. Le

tourisme d'excursion, difficile à mesurer, s'est apparemment accru. Les nuitées hôtelières, en re-

vanche, n'ont pas encore connu «d'envolée spectaculaire». Tout ou plus «un à deux pour cent».

L'amour du décalé: Le Locle en «capitale mondiale de la St-Valentin»

Dans quelques jours, la ville du Locle se parera à nouveau du rouge de l'amour. Depuis 2008, elle multiplie les initiatives pour s'imposer comme «la capitale mondiale de la Saint-Valentin» et faire ainsi une promotion décalée. «Nous consolidons l'événement en cherchant chaque année à apporter quelque chose de nouveau», lance Bernard Vaucher, chargé de la promotion et de la communication de la ville.

Le programme 2013 ne manque pas d'innovation. Le 14 février, pour la première fois, un Festin de Cupidon sera organisé à

l'Hôtel de Ville et dans divers restaurants du Locle. L'événement sera animé par le journaliste et directeur de l'atelier BD-Force Georges Pop et par l'animateur gastronomique Daniel Fazan.

D'autre part, une exposition d'affiches, réalisées par 13 élèves d'École d'arts visuels Ceruleum, de Lausanne, sera consacrée au thème de la «capitale mondiale de la St-Valentin». Enfin, les «Boules d'amour du Locle» ne seront pas seulement disponibles en chocolat noir, mais aussi en chocolat blanc.

mh



Un établi itinérant pour une vision originale de l'urbanisme horloger, proposée par les élèves de l'École d'arts appliqués de La Chaux-de-Fonds.

Q.Perrencoud/ldd

Verbier licencie son directeur

Le Conseil d'administration de la destination Verbier Saint-Bernard a licencié son directeur Yan Baczkowski avec effet immédiat. Des divergences de vue sont évoquées.

Yan Baczkowski, directeur de la destination Verbier Saint-Bernard depuis décembre 2010, a été licencié avec effet immédiat. Le Conseil d'administration de la destination a pris cette décision en accord avec la commune de Bagnes, qui détient 64% des parts de Verbier Saint-Bernard. Un mandat de trois mois, renouvelable, a été confié à la société de coaching «Cacique», par l'intermédiaire de son responsable Dominique Fumeaux - ancien directeur du Pays du Saint-Bernard et ancien directeur de Crans-Montana Tourisme.

Des divergences de vue sont à l'origine de cette décision, comme l'explique Eloi Rossier,

président de la commune de Bagnes. Il relève le «manque d'enracinement local, une méconnaissance du tissu économique et social de la région». Yan Baczkowski, binationnel franco-américain, n'est pas parvenu, selon les observations du président, à «incarner le tourisme comme on peut l'entendre». On lui reproche d'avoir trop concentré ses efforts sur les marchés



Yan Baczkowski dirigeait la destination depuis fin 2010.

émergents, au détriment du tourisme de proximité. «Nous pensons, contrairement à M. Baczkowski, que le marketing doit être davantage développé sur les marchés proches de nous, ne serait-ce qu'en Suisse alémanique, qui connaît mal notre destination, mais aussi l'Italie du Nord, la France voisine et l'Allemagne. Nous avons perdu une partie de cette clientèle. Il s'agira de la reconquérir», estime Eloi Rossier. Selon lui, les résultats mitigés de l'année 2012 ne peuvent être reportés sur le directeur: «On ne peut pas établir de relation de cause à effet, ce ne serait pas honnête de notre part.»

Il préfère évoquer «la distance qui ne cessait de s'agrandir» entre les visions du directeur et celles du conseil d'administration et des partenaires de la destination. «Il s'agissait de donner une impulsion, montrer que les partenaires sont désireux de parler ensemble, pour le bien de chacun d'entre eux et de la destination dans son ensemble.» lb

Jura & Trois-Lacs et maintenant le Papillorama

Hans Stöckli a été élu nouveau président lors de l'assemblée générale des Amis du Papillorama, de Châtres. Le conseiller aux Etats



bernois, qui est également président de la destination Jura & Trois-Lacs, s'est réjoui de cette élection. Pour lui, ce centre de la faune et de la flore tropicale est «un endroit fantastique, un des tout grands piliers touristiques de notre région qui fonctionne sans l'aide de subventions publiques pour son exploitation.» L'association des Amis du Papillorama soutient le lieu financièrement et offre des aides au niveau logistique.

Les gens

Un Français vainqueur du Bocuse d'Or



Thibaut Ruggeri (photo) a remporté à Lyon le Bocuse d'Or 2013 parmi 24 candidats du monde entier. Le Français a proposé un filet de bœuf dans l'idée d'un Rosini et un turbot aux perles d'infusion aux herbes. Originaire de Megève, il est chef adjoint de la création salée chez Lenôtre, à Plaisir, dans les Yvelines. La France reste en tête du palmarès de ce concours avec sept premières et deux deuxièmes places depuis sa création en 1987. Le Bocuse d'Argent revient au Danois Jeppe Foldager et le Bocuse de Bronze au japonais Noriyuki Hamada.

Un Grand prix pour une histoire unique

Frédéric Girardet (photo) est revenu dans les cuisines de l'Hôtel de Ville de Crissier pour recevoir un Grand prix exceptionnel de l'Académie internationale. Il était honoré en compagnie de Philippe Rochat et Benoît Violier. Cette association française a décerné un prix pour récompenser trois chefs suisses d'un même établissement ayant obtenu trois étoiles Michelin. «Un cas unique au monde hors entreprise familiale», comme l'écrit «24 heures». Les chefs ont réalisé un repas à six mains pour régaler les membres de l'Académie.



aca



L'Ecole hôtelière de Lausanne associe le travail académique et l'expérience pratique.

Parcours Arrière-grand-père hôtelier

Avant de succéder à Ruud Reuland, en juin 2010, à la direction de l'Ecole hôtelière de Lausanne, Michel Rochat dirigeait l'enseignement supérieur du canton de Vaud, auprès du Département de la formation et de la jeunesse. Précédemment, il fut aussi directeur de la Haute école spécialisée de Suisse occidentale. Son arrière-grand-père était hôtelier à Lutry avant de bifurquer ailleurs, il fut notamment chef de rang sur des navires de croisières. «Quand mon père m'en parlait je ressentais le grand air, l'aventure, je n'ai jamais pensé travailler dans l'hôtellerie.»

meilleures universités du monde dans ce domaine.

En Suisse, aussi vous visez l'excellence...

Nous voulons devenir le meilleur HES de Suisse avec notre travail sur la nouvelle loi 2016-2018. Nous devons encore plus appliquer notre culture de la recherche. Et nous positionner pour obtenir des fonds pour la recherche, en suivant l'exemple sur un autre marché de ce que réussit l'EPFL.

Ne pensez-vous pas que l'école forme trop d'étudiants qui quittent le monde professionnel de l'hôtellerie? C'est un faux débat. 80% de nos élèves restent dans le secteur de l'accueil, près de 45% purement dans l'hôtellerie, plus de 10% dans la restauration. Ceux qui exercent dans une banque ne s'occupent pas d'analyse financière, mais bien d'accueil de la clientèle, des événements ou de crédit hôtelier. Ils contribuent aussi à faire connaître l'école plus largement.

Que pensez-vous du marché hôtelier en Suisse?

La diversité des services et l'organisation forte de la logistique me semblent emblématiques.

J'admire la variété de l'offre des hôtels business, aux stations de ski, en passant par les séjours nautiques. Nos étudiants sont immergés dans cette réalité grâce à leurs 9 semaines de projets en développement au cœur de l'industrie.



Michel Rochat

Défenseur d'une école à l'écoute des marchés

Le directeur de l'Ecole hôtelière de Lausanne veut encore creuser l'écart avec ses concurrents. Michel Rochat aimerait recruter trente nouveaux professeurs.

ALEXANDRE CALDARA

Michel Rochat, vous occupez le poste de directeur de l'Ecole hôtelière de Lausanne depuis juin 2010. Comment qualifieriez-vous la période actuelle? Je suis à la tête d'une institution attachante et complexe. Nos stratégies 2012-2020 sont définies. Nous vivons un moment unique. Le marché global de l'accueil est en croissance. Seul le marché européen marque un peu le pas. Les marchés des pays émergents se développent de façon inouïe.

Comment y répondre?

Notre école doit calquer son développement sur celui des marchés. Notre développement quantitatif se fera sans concession sur la qualité. En six ans de cursus scolaire, les marchés évoluent, on doit s'adapter chaque année. On pourrait par exemple imaginer un module du programme de bachelor sur comment développer un marché en Chine.

Quelle sont les particularités de votre école?

Nous sommes une école aux codes génétiques 100% privés, mais liée par convention au réseau public HES-SO. Nous avons aussi un lien direct avec le marché par la convention qui nous lie à hotelleriesuisse. Nous avons accès à des réseaux de relations très diversifiés.

Votre discours centré sur le monde économique passe-t-il dans les milieux académiques?

Il n'a pas changé depuis sept ans. Et cela ne m'a jamais valu le moindre problème. L'Etat ne peut qu'être content si ses écoles se portent bien. Nos

politiciens sont extrêmement pragmatiques. Les réseaux étatiques comprennent ce que le monde économique apporte.

Quels sont vos ambitions pour l'avenir de l'EHL?

Il faut les réaffirmer. Nous voulons conforter notre position en tête du classement mondial des meilleures écoles d'hospitality management». Nous sommes les seuls à associer le travail académique et l'expérience pratique, tous nos concurrents ne font que l'un ou l'autre. Nous devons solidifier notre présence parmi les meilleures universités du monde. Nous faisons cela pour que nos étudiants trouvent les meilleures places de travail possibles.

Quelles mesures concrètes permettent de devenir encore plus performant?

Nous sommes dans une phase de recrutement de trente postes de professeurs d'ici la fin de l'année prochaine. Nous visons les meilleurs dans leurs domaines. Cela se fait à travers des réseaux personnels et les

Swiss Nex, les cinq ambassades scientifiques suisses à travers le monde.

Comment cela est-il perçu par le corps professoral? Certains avaient fait part publiquement de leurs doléances cet été.

Il s'agit de nouveaux postes, de croissance pure. Le rapport avec nos enseignants n'est pas différent que dans d'autres universités. Nos professeurs ont des convictions fortes, des idées, ils nous questionnent. Je trouve cela positif, cela maintient l'esprit éveillé.

Pourquoi avoir engagé sept meilleurs ouvriers de France en 2012?

Ils contribuent à la dynamique de notre nouvelle année préparatoire lancée en septembre. Nous proposons une vingtaine d'ateliers écoles dans tous les domaines du management de l'accueil. Près de 20%

de nos élèves sont de nationalité française. Les meilleurs ouvriers de France participent à un concours international

sélectif, ils possèdent l'esprit de compétition. Ils contribuent à notre alchimie qualitative.

Vous voulez aussi réformer votre

«Nous devons solidifier notre présence parmi les meilleures unis du monde.»

Michel Rochat
Directeur de l'EHL

master...

Nous aimerions mettre en place un master consécutif en 2014-2015 et en réseaux. Sur l'accueil nous n'avons aucun concurrent. Par contre, nos élèves pourraient bénéficier d'échange avec des cours de finances ou de relations humaines dans une des 50

www.hotelleriesuisse.ch/reseau_de_consultants

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

CURAVIVA.CH hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Hügli

Meilleure qualité sur toutes les facettes:

L'assortiment pour cuisines professionnelles.

www.hueglifoodservice.ch

PURITY Steam PURITY C Quell ST

BRITA Professional

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

http://professional.brita.ch

actuel – pour vous forger une opinion 10 semaines pour 29 francs

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

htr hotel revue

Die Wissenschaft organisiert in der Schweiz mindestens jede fünfte MICE-Veranstaltung. Lausanne verzeichnet die spektakulärste Symbiose von Forschung und Tourismus.

ALEX GERTSCHEN

Mitten drin, und doch nur dabei. Universitäten, Spitäler oder Institute wie das Atomforschungszentrum CERN sind laut der International Congress and Convention Association (ICCA) für einen satten Fünftel des MICE-Geschäfts in der Schweiz verantwortlich. Patrick Aebischer, der umtriebige Präsident der ETH Lausanne (EPFL), verkörpert geradezu die intensiven Beziehungen, die hiesige Wissenschaftsbetriebe mit Politik und Wirtschaft unterhalten. Und dennoch entbehrt das Bild vom Elfenbeinturm nicht gänzlich der Wahrheit: In den fein verästelten Strukturen der Fakultäten und Institute verliert sich das Bewusstsein, dass Wissenschaft neben Wissen auch anderes hervorbringt – nicht zuletzt Reisen. Die Denkfabriken produzieren Logiernächte quasi als Ausschussmenge.



Die Konturen des «Swiss Tech Convention Center» der ETH Lausanne zeichnen sich bereits ab – und mit ihnen glänzende Aussichten für den lokalen Tourismus. Bilder zvg

Keine zentrale Erfassung der Veranstaltungen

Die Schätzung der ICCA wird der touristischen Bedeutung der Wissenschaft überdies kaum gerecht. Unter den sehr restriktiven Kriterien der Vereinigung fanden 2011 in der Schweiz 49 wissenschaftliche Tagungen und Kongresse statt (siehe Interview auf Seite 13). Dabei organisiert zum Beispiel die Universität Basel täglich fünf bis zehn Veranstaltungen mit mindestens zehn Teilnehmern ausserhalb des ordentlichen Semesterbetriebs. Die Universität Zürich schätzt die jährliche Anzahl solcher Veranstaltungen auf 100 oder mehr.

Eine Umfrage der htr hotel revue zeigt, dass keine der grossen Universitäten über fundierte Angaben verfügt. Die meisten Veranstaltungen werden von den Fakultäten oder – noch häufiger – den unzähligen Instituten organisiert und nicht zentral registriert. Ähnliches trifft auf das CERN und das Paul-Scherrer-Institut in Villigen zu.

Die meisten Tourismusorganisationen haben die Bedeutung einer genaueren Erfassung erkannt, doch sind sie auf die oft noch mangelhafte Kooperation der Forschergemeinde angewiesen, zumal die meisten Veranstaltungen in universitären Räumlichkeiten abgehalten und deshalb nicht von einer externen Lokalität wie einem Hotel gemeldet werden.

Ein Brüsseler Flaggschiff auf dem Genfersee (Schweizer Seite)

Aus diesem unübersichtlichen Dickicht ragen Grossveranstaltungen wie der Onkologie-Kongress in Lugano oder der Brustkrebs-Kongress in St. Gallen hervor (siehe Haupttext auf Seite 13). Doch keine Forschungsinstitution hat es in jüngster Zeit vermocht, das Interesse der Öffentlichkeit im Allgemeinen und der Touristiker im Besonderen derart zu bündeln wie die EPFL.

Ende Januar erklärte die Kommission der Europäischen Union das von den Lausannern koordinierte «Human Brain Project» zu einem wissenschaftlichen «Flaggschiff», was mit einer Förderung von rund 500 Millionen Euro über zehn Jahre verbunden ist. Auch wenn ein Teil dieser Summe an Partnerinstitute fliesst: Die Nachricht zeigt, welche enormen Ressourcen der attraktive Forschungsstandort anziehen kann – und mit ihnen Forschungsreisende aus aller Welt.

«Der MICE-Anteil der Wissenschaft wird in Lausanne beträchtlich wachsen.»

Olivier Mathieu
Leiter MICE, Lausanne Tourisme

Lausanne wird auch deshalb eine glänzende Gastgeberin sein, weil im Frühjahr 2014 das «Swiss Tech Convention Center» (STCC) auf dem EPFL-Campus seine Tore öffnen wird. Bereits im kommenden Herbst werden zwei dazugehörige Gebäude mit Unterkünften und Geschäften fertiggestellt. Wahrzeichen des 225 Millionen Franken teuren Projektes ist das Kongresshaus, dessen metallenes glänzendes Dach weit in den Himmel hinausragt und – eine Weltneuheit – dessen Bestuhlung im Auditorium per Knopfdruck im Boden versenkt werden kann.

Olivier Mathieu, bei Lausanne Tourisme verantwortlich für den Geschäfts- und Kongress-tourismus, ist angetan von den Aussichten, die das STCC und das «Human Brain Project» eröffnen. «Durch diese beiden Impulse wird der wissenschaftliche Anteil am MICE-Geschäft beträchtlich wachsen», sagt er. Dieser Anteil, obwohl in keiner Studie eruiert, liege in Lausanne mit Sicherheit über dem nationalen Schnitt von rund 20 Prozent.

man bedenkt, dass das MICE-Geschäft in Lausanne nicht wie im Landesdurchschnitt 19, sondern 70 Prozent aller Logiernächte generiert. Bei konservativer Schätzung des Wissenschaftsanteils

Die touristische Bedeutung der EPFL, der Universität sowie des Kantons- und Universitätsspitals erscheint umso grösser, wenn

man bedenkt, dass das MICE-Geschäft in Lausanne nicht wie im Landesdurchschnitt 19, sondern 70 Prozent aller Logiernächte generiert. Bei konservativer Schätzung des Wissenschaftsanteils

EPFL, Uni und Spital generieren 15 bis 20 Prozent der Logiernächte

Die touristische Bedeutung der EPFL, der Universität sowie des Kantons- und Universitätsspitals erscheint umso grösser, wenn

man bedenkt, dass das MICE-Geschäft in Lausanne nicht wie im Landesdurchschnitt 19, sondern 70 Prozent aller Logiernächte generiert. Bei konservativer Schätzung des Wissenschaftsanteils

Fortsetzung auf Seite 13

Forschungsstandort treibt MICE-Geschäft an

Die wissenschaftliche Lehre generiert in der Schweiz Zehntausende von Logiernächten

Der hervorragende Ruf des Wissenschaftsstandortes Schweiz drückt sich auch darin aus, dass für hierzulande vergebene Fortbildungstitel wie ein MBA tief ins Portemonnaie gegriffen wird – wovon wiederum die Hotels profitieren. Während ein Kongress in der Regel wenige Tage dauert, buchen die Studenten pro temporis – oft gestandene Manager – ihr Zimmer für Wochen und Monate. Erneut dient Lausanne als eindrückliches Beispiel: Die Business School IMD lockt laut eigenen Angaben jährlich rund 6400 Kurs- und 1500 Konferenzbesucher an. Allein die Fortbildungskurse generieren gut 45 000 Logiernächte, knapp 5 Prozent aller Übernachtungen in der Stadt. Davon profitieren vorwiegend die nahegelegenen 4-Sterne-Hotels Anleterter, Mövenpick und Château d'Ouchy sowie das 5-Sterne-Haus Beau Rivage.

Das Fortbildungsangebot der Universität St. Gallen zieht eine weniger umfangreiche und elitäre Kundschaft an: Je nach Kurs übernachteten zwischen 20 und 80 Prozent der rund 300 Absolventen im universitären Weiterbildungszentrum (WBZ) Holzweid, der Rest in 2-, 3- und 4-Sterne-Hotels. Insgesamt dürften mehr als 13 000 Logiernächte pro Jahr generiert werden, was 4 Prozent der Logiernächte in der Region St. Gallen-Bodensee entspricht. Das WBZ verzeichnet dank dieser Kurse und anderer Veranstaltungen fast 10 000 Logiernächte pro Jahr.

Das Fortbildungsangebot der Universität St. Gallen zieht eine weniger umfangreiche und elitäre Kundschaft an: Je nach Kurs übernachteten zwischen 20 und 80 Prozent der rund 300 Absolventen im universitären Weiterbildungszentrum (WBZ) Holzweid, der Rest in 2-, 3- und 4-Sterne-Hotels. Insgesamt dürften mehr als 13 000 Logiernächte pro Jahr generiert werden, was 4 Prozent der Logiernächte in der Region St. Gallen-Bodensee entspricht. Das WBZ verzeichnet dank dieser Kurse und anderer Veranstaltungen fast 10 000 Logiernächte pro Jahr.

Hotelfinden! Sie haben die Wahl.

www.swisshotels.com

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

SUN TOP 3100²

Windfest bis 75 km/h und 100 % wasserdicht!

KÄSTLISTOREN

Kästli & Co. AG
Tel. 031 340 22 22
www.kaestlistoren.ch

pistor
Profit

Qualität zu Top-Preisen

www.pistor.ch/profit

bocco yield

10 goldene YIELD Regeln

mit denen Sie als Hotelier rasch Ihre Auslastung und Ihren Ertrag steigern können

kostenlos bestellen auf
www.bocccogroup.com

ANZEIGE

HUGENTOBLER
Swiss Hold-o-mat

Das Original – ein Muss für jede Küche

Innovation bleibt unser Rezept

www.hugentobler.ch • Tel. 0848 400 900



ECOLE HOTELIERE
LAUSANNE

— Since 1893 —

Brauchen Sie talentierte, mehrsprachige
Mitarbeiter und Praktikanten?

JOB FORUM
23. März 2013

Melden Sie sich bei Fabienne Stanzione schriftlich unter
rec@ehl.ch oder telefonisch unter **021 785 13 69** an.

www.ehl.edu

Forschungsreisen ins Tessin

Wissenschaftler aus aller Welt schätzen die beschauliche Provinzialität des Tessins. Just dieser Erfolgsfaktor lässt einen grossen Onkologie-Kongress aber an Grenzen stossen.

GERHARD LOB

Am 19. Juni wird im Kongresshaus von Lugano die 12. Internationale Konferenz zu Lymphdrüsenkrebs eröffnet. Früher fand die hochkarätige Veranstaltung alle drei Jahre statt, nun alle zwei Jahre. «Wir hoffen, durch die höhere Frequenz die Zahl der Teilnehmer etwas zu reduzieren», sagt Konferenz-Präsident Franco Cavalli, alt SP-Nationalrat und Leiter des Onkologischen Instituts der italienischen Schweiz. Doch weit gefehlt: Zur Konferenz strömen weiterhin 3000 bis 3500 Teilnehmende aus aller Welt. Viele bringen Angehörige mit, sodass die Gesamtzahl der Gäste während des viertägigen Symposiums 5000 beträgt. «Wir haben errechnet, dass dieser Kongress der Region einen Umsatz von rund 10 Millionen Franken bringt», so Cavalli.



Liebesgrüsse aus Tokio

Doch Lugano stösst mit der Durchführung des Anlasses an seine Grenzen. Die Gäste sind auf etliche Unterkünfte verstreut, weil es keine grossen Kongresshotels gibt. Teilweise müssen sie sogar in Italien logieren. Die Fahrdienste erfordern viel Organisation. «Aber die Teilnehmer sind von Lugano begeistert, einige kom-

«Die Tagungsbesucher tragen den Namen Asconas in die Welt hinaus.»

Lorenzo Sonognini
Direktor, Zentrum Monte Verità

men auch mit ihren Familien für Ferien zurück», sagt Cavalli.

Heute gibt es weltweit Folgekongresse, sogenannte Post-Lugano-Konferenzen. Cavalli erzählt von einem Anlass in Tokio, an welchem ein zehnmittiger Film über Lugano gezeigt worden sei. «Trotz der erwähnten Probleme will er in Lugano bleiben und nicht dem Beispiel St.Gallens folgen, von wo ein grosser Brustkrebs-Kongress wegen ähnlicher logistischer Schwierigkeiten nach Wien verlegt wurde.

Der Kongress zu Lymphdrüsenkrebs ist wegen seiner Grösse aussergewöhnlich fürs Tessin. Typisch sind eher kleine und mittelgrosse Tagungen sowie Besuche von Gästen des akademischen Betriebs. Regelmässig besucht wird beispielsweise das internationale Institut «I2a» für Architektur in Vico Morcote. Einen Schub brachte aber vor allem die erst 1996 gegründete Universität der italienischen Schweiz (USI). Für deren Master-Studiengang für Augenheilkunde werden jedes Jahr 200 Zimmer reserviert, jeweils für vier bis fünf Nächte. Ähnliche Zahlen liessen sich auch für andere Master- und Executive-Masterstudiengänge ermitteln. Die USI ist deshalb Partnerschaften mit verschiedenen Hotels eingegangen, darunter dem «Lido Seegarten» in Castagnola.

«Wenn es die USI morgen nicht mehr gäbe, wäre dies für uns ein gewaltiger Verlust», sagt Hôtelière Simona Francini Huber. Wissenschaftliche Kongresse seien für Lugano enorm wichtig. Umgekehrt schätzen viele Akademiker die familiäre Atmosphäre der Unterkünfte und das mediterrane Ambiente.

Gut für die Reputation und die Logiernächte

Besonders eng ist das Verhältnis von Wissenschaft und Tourismus auf dem Monte Verità von Ascona. Allein die ETH Zürich organisiert in ihrem dortigen Centro Stefano Francini im Jahr 20 bis 25 Fachtagungen mit maximal 120 Teilnehmenden. Wissenschaftler aus aller Welt finden so den Weg nach Ascona. «Sie sind beeindruckt von diesem Ort, und der

Name Asconas wird in die Welt hinaus getragen» sagt Lorenzo Sonognini, Direktor des Zentrums Monte Verità. Vor allem aber werden so 6000 von jährlich 11 000 Logiernächten im Hotel generiert.

Das Locarnese bietet sich aufgrund seiner Naturschönheiten eigentlich als Destination für Kongresse und Seminare an. Allerdings wird das Angebot durch die bescheidenen Infrastrukturen eingeschränkt. Immerhin haben die Gemeinden Muralto und Ascona den Bau von grösseren Kongresszentren konkret ins Auge gefasst. Bis diese aber verwirklicht sind, dürften noch einige Jahre ins Land ziehen.

Bei Ticino Turismo hofft man sehr auf Investitionen in die Infrastruktur. «Gerade nach der Eröffnung des Gotthard-Basistunnels wird das Locarnese von der

Deutschschweiz her schneller erreichbar und somit noch attraktiver sein», sagt Mediensprecher Omar Gisler. Letzten August sensibilisierte Ticino Turismo mit dem MICE-Anlass «Open Doors» in Lugano die Partner für dieses Marktsegment.

Auch Lugano mit Plänen für ein neues Kongresszentrum

Auch Lugano will ein neues Kongress- und Messezentrum bauen. Weil es dafür aber etliche Jahre braucht, hat man entschieden, zuerst das bestehende Zentrum aus den 1970er-Jahren aufzuführen. Ein Kredit über 8 Millionen Franken ist im Gemeinderat hängig. «Der Kongresstourismus ist für uns von entscheidender Bedeutung», betont Marco Sorgesa, Leiter des städtischen Tourismusamtes.



Die zahlreichen kleinen und mittelgrossen Tagungen im Zentrum Monte Verità sind typisch für das MICE-Geschäft, welches die Wissenschaft ins Tessin bringt.

Fortsetzung von Seite 11

am MICE-Geschäft von 25 Prozent sorgen die drei Institutionen für 15 bis 20 Prozent der lokalen Übernachtungen.

Enge Zusammenarbeit seit der Planungsphase

Angesichts dieser Zahlen überrascht nicht, dass Lausanne Tourisme über sein Convention Bureau von Anfang an am STCC-Projekt beteiligt war. «Wir haben auf die Nachfrage hingewiesen, die über die EPFL hinaus an einem solchen Ort besteht», sagt Mathieu. Ohne diesen Input wäre das STCC nicht so gross konzipiert worden, mit einem Auditorium für 3000 Personen und mehreren kleinen Sälen mit insgesamt 945 Plätzen.

Die Erwartungen waren richtig. Laut der Projektleiterin Nathalie Bauer ist das STCC bis November 2014 ausgebucht. 80 Prozent der Anlässe entfallen auf die EPFL, der Rest auf Unternehmen wie die Partnerfirmen Rolex und Credit Suisse. Die 66 Zimmer, die die EPFL für STCC-Besucher bereitstellt, werden nicht ausreichen, weshalb sich die Hotels auf kräftigen Nachfragezuwachs freuen dürfen.

Der Wissenschaftsstandort Lausanne ist bezüglich des Me-

dieninteresses, nicht aber aufgrund seiner Bedeutung für den lokalen Tourismus eine Ausnahme. Die Universität St.Gallen zum Beispiel hat errechnet, dass sie für 19 Prozent aller Logiernächte in der Stadt und Region verantwortlich ist. Laut Urs Treuthardt, dem Leiter des Kongressbüros von St.Gallen-Bodensee Tourismus, macht die Universität «einen sehr guten Job». Ihre Strahlkraft ziehe immer mehr Leute in die Ostschweiz. Seit rund zwei Jahren arbeitet er eng mit der Hochschule zusammen, um frühzeitig relevante Veranstaltungen aufzuspüren und zu fördern.

Von der Jugi bis zum 4-Sterne-Hotel: Fast alle profitieren

Laut Richard Kämpf, dem Leiter des Tourismus-Ressorts im Seco, profitiert insbesondere die 4-Sterne-Hotelserie von der grossen Zahl Forschungsreisender, weil diese in der Regel über ein überdurchschnittlich hohes Einkommen verfügen.

Doch lässt die Wissenschaft für alle etwas abfallen. In diesen Tagen organisiert die Berner Rechtsfakultät eine internationale Assistententagung mit 200 Teilnehmern. Geschlafen wird in 1- bis 3-Sterne-Hotels sowie in der Jugendherberge.

State-of-the-Art in Lausanne

Die Wissenschaft ist ein wichtiges Segment des MICE-Tourismus, sagt Barbra Steuri-Albrecht, Leiterin des Switzerland Convention and Incentive Bureau (SCIB). Das Kongresszentrum der EPFL sei avantgardistisch.

ALEX GERTSCHEN

Frau Albrecht, weder die akademischen Einrichtungen noch die lokalen Tourismusorganisationen wissen genau, wie wichtig die Wissenschaft für den MICE-Tourismus ist. Können Sie weiterhelfen? In der Tat wird keine zentrale Statistik geführt. Es ist unbekannt, wie viele wissenschaftliche Tagungen und Kongresse in der Schweiz pro Jahr durchgeführt, geschweige denn, wie viele Logiernächte dadurch generiert werden.

Gibt es zumindest verlässliche Schätzungen?

Die beste Quelle ist die International Congress and Convention Association (ICCA). Diese führt eine Liste von Veranstaltungen, die mindestens 50 Teilnehmer aufweisen und turnusmässig in mindestens drei Ländern durchgeführt werden. Auf dieser Grundlage wurden fürs Jahr 2011 49 der insgesamt 240 in der Schweiz durchgeführten Veranstaltungen dem Fachbereich Wissenschaft zugeordnet.

Dies macht rund 20 Prozent aus. Wo liegt die Schweiz mit diesem Anteil im internationalen Vergleich?

Laut der ICCA-Statistik ist die Wissenschaft für rund 16 Prozent aller weltweit erfassten Veranstaltungen verantwortlich. Der höhere Wert der Schweiz leuchtet aufgrund der Dichte und Güte der hiesigen Universitätslandschaft ein.

Dabei dürfte der tatsächliche Anteil noch grösser sein: Die meisten akademischen Veranstaltungen haben weniger als 50 Teilnehmer und rotieren nicht zwischen drei oder mehr Ländern. Tatsächlich sind die ICCA-Zahlen mit Vorsicht zu geniessen – und wohl eher tief angesetzt! Wir erachten die Wissenschaft als eines der wichtigsten Segmente für den MICE-Tourismus in der Schweiz.

Was macht das SCIB, um dieses Segment zu stärken? Wir verfolgen, anhand welcher Kriterien Kongresse an Austragungsorte vergeben werden

und wer darüber entscheidet. Umfasst die Veranstaltung mindestens 100 Teilnehmer und sehen wir für einen Standort in der Schweiz realistische Chancen, kontaktieren wir die lokale Tourismusorganisation. Zeigen die lokalen Veranstalter Interesse, begleiten wir sie – wenn erwünscht – im Bewerbungsverfahren.

Dann werden Sie wohl in Zukunft öfter Lausanne Tourisme anrufen. Das neue Kongresszentrum der EPFL dürfte für zahlreiche Veranstaltungen infrage kommen ... Das Swiss Tech Convention Center stellt den technischen State-of-the-Art dar und ist ein ausgezeichnetes Instrument, um die EPFL international als erstklassige Hochschule zu positionieren. Die Institute haben den klaren Auftrag, Kongresse nach Lausanne zu holen. Zu anderen hiesigen Austragungsorten von wissenschaftlichen Veranstaltungen weist Lausanne mit dem Convention Center einen eindeutigen Vorsprung auf.



Barbra Steuri-Albrecht



Aufmerksamkeit, bitte! Dass laut Schweiz Tourismus ein Fünftel aller Logiernächte MICE zu verdanken sind, sorgt für Gesprächsstoff – und womöglich für eine verzerrte Wahrnehmung.

Fotolia

MICE gehört den Spezialisten

Jede fünfte Übernachtung wird durch die Meetings-Branche generiert. Die eindrucksvolle Zahl verdeckt aber, dass es vielen hiesigen Hotels an MICE-Kunden mangelt.

DENISE WEISFLOG

Ende Januar, Kongresshaus Zürich. Die Schweizer Meetings-Branche trifft sich an der «KonferenzArena». Die Stimmung ist gut bis euphorisch. Diskutiert werden nicht nur die stärkeren Buchungseingänge, sondern auch der erste, im Oktober publizierte «Meetings-Reports» von Schweiz Tourismus. Dieser bescheinigt dem Segment einen unerwartet hohen Stellenwert: 19 Prozent aller Logiernächte würden von Meetings (ab zehn Personen) generiert.

Zu welchem Sample gehört der Durchschnittswert?

Der beeindruckende Wert verdeckt jedoch, dass vor allem typische Geschäftshotels von MICE profitieren. Vielen anderen Betrieben – wenn nicht der Mehrheit

– mangelt es an Firmenkunden. Im «Meetings-Report» ist nämlich nicht ausgewiesen, was für Typen unter den 700 berücksichtigten Hotels dominieren. Vor allem Ferienhotels mit Meetings- und Event-Infrastruktur beurteilen das Veranstaltungsgeschäft wesentlich zurückhaltender, als man aufgrund der Werte von Schweiz Tourismus annehmen könnte.

Gute Verkehrsanbindung verringert Übernachtungszahlen

Das 4-Sterne-Hotel Glockenhof mitten in der Zürcher City weist einen Anteil der Logiernächte, die durch Bankette, Seminare und Konferenzen generiert werden, von unter 5 Prozent auf. Laut Direktionsassistent Edgar Aregger sind die Hauptkunden des «Glockenhofs» lokale Geschäftsleute, die abends nach Hause gehen.

Auch Michael Thomann, Direktor des 5-Sterne-Hotels Schweizerhof in Bern, erzählt von vielen Meetings-Gästen, die dank der guten Verkehrsanbindung abends nach Hause fahren. Sein Haus habe zwar einen MICE-Anteil von 22 Prozent. Doch wenn man bedenke, dass ein Hotel wie das seine, das für dieses Segment prädestiniert sei, nur knapp

Michael Thomann

über dem vermeintlichen Durchschnitt liege, so erschienen 19 Prozent MICE-Anteil für die ganze Schweiz sehr hoch.

«Hierzulande stellen Klein- und aufs Freizeitgeschäft ausgerichtete Betriebe die grosse Mehrheit. Ich schätze, dass bloss ein Fünftel aller Hotels 19 Prozent erreicht oder übertrifft», sagt er. Selbst im «Radisson Blu Zürich Airport», für MICE-Anlässe bestens geeignet, sorgen Meetings-Gäste laut Direktor Werner Knechtli für gerade 20 Prozent der Übernachtungen.

Eine andere Ausnahme stellt das 5-Sterne-Hotel Waldhaus in Flims dar. Direktor Urs Grimm schätzt den MICE-Anteil ebenfalls auf 20 Prozent. Dieser ungewöhnlich hohe Wert sei auch

«19 Prozent MICE-Anteil für die ganze Schweiz scheint mir hoch gegriffen.»

Michael Thomann
Direktor «Schweizerhof», Bern

auf die Besonderheiten des Hauses zurückzuführen. Das «Waldhaus» mit seinen 150 Zimmern verfüge seit 2009 über eine eigene multifunktionale Veranstaltungshalle für bis zu 1800 Personen. Zudem sei das Hotel praktisch das ganze Jahr geöffnet und sein Areal so gross, dass Leisure- und Businessgäste problemlos aneinander vorbei kämen.

Das «Waldhaus» scheint aber bloss die Ausnahme der Regel zu sein: Es

sind die Geschäftshotels, die einen MICE-Anteil von 19 und mehr Prozent aufweisen – zum Beispiel das 4-Sterne-Haus Seedamm Plaza in Pfäfers SZ mit rund 65 Prozent.

Geschäftskunden werden mehr für ihr Geld verlangen

Barbra Steuri-Albrecht, die Leiterin des Switzerland Convention and Incentive Bureau (SCIB), sagt zu dieser Einschätzung: «Für den Meetings-Report wurden Daten von 700 Betrieben aus 15 Regionen ausgewertet. Dass einige Häuser tiefere Werte haben als andere, hängt vermutlich mit der unterschiedlichen Infrastruktur zusammen.» Je mehr Zimmer, Seminar- und Event-Einrichtungen ein Hotel habe, desto besser sei seine Leistung im MICE-Bereich.

Generell attestiert Albrecht dem Segment gute Zukunftschancen. «Der Markt wird sich halten, auch wenn die Konkurrenz schärfer wird und die Kunden mehr für ihr Geld verlangen.» 5-Sterne-Hotels müssten wohl auch in den nächsten Jahren stärker um Meetings-Kunden kämpfen als andere Häuser; viel Nachholbedarf sehe sie auch im 3-Sterne-Bereich und in den Bergregionen. Um mit der

preisgünstigeren Konkurrenz in den Nachbarländern mithalten zu können, sei die Kommunikation wichtig. Man müsse hervorheben, dass der Preis nicht alles sei, die Schweiz durch Zuverlässigkeit, Sicherheit und Qualität punkte.

Trotz der positiven Zahlen des «Meetings-Reports» von Schweiz Tourismus: Die hiesigen MICE-Anbieter stehen weiterhin vor beachtlichen Herausforderungen.

«KonferenzArena» Erfolg zeugt von MICE-Potenzial in der Schweiz

Kaum ist die Premiere der «KonferenzArena» über die Bühne gegangen, gehen bereits die ersten Anfragen für das nächste Jahr ein. Für Initiator Oliver Stoldt belegt der Erfolg der Messe, die letzte Woche im Zürcher Kongresshaus stattfand, ein grosses Bedürfnis und das Wachstumspotenzial des MICE-Geschäfts in der Schweiz. «Die ausgebuchten Standplätze und hohe Qualität der Messebesucher zeigen, dass es hierzulande eine MICE-fokussierte Plattform braucht.»

Viel Anklang bei Anbietern und Besuchern fand die Tatsache, dass die «KonferenzArena» ausschliesslich Leistungsträgern aus der Schweiz offen stand. Ausländische Hotelketten, die sich ebenfalls für einen Messe-

auftritt interessierten, erhielten Absagen. Wie Stoldt erklärt, wolle man so die Attraktivität des einheimischen MICE-Angebots unterstreichen und den Markt stärken. «170 Aussteller konnten sich hochkarätigen Entscheidungsträgern präsentieren.» Ihr Feedback sei durchwegs positiv ausgefallen.

Noch ist nicht entschieden, ob am Konzept festgehalten wird. Laut Stoldt wird im Fachbeirat die Schweiz-Exklusivität erneut zur Diskussion stehen. Sicher ist dagegen, dass die Tagesveranstaltung in den kommenden zwei Jahren durchgeführt wird. Die nächste «KonferenzArena» findet am 29. Januar 2014 im Zürcher Kongresshaus statt. dew

Mehr zum Thema: Seite 6

Impressum

htr hotelrevue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Redaktion

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

Ressortleiter/innen:

aktuell: Daniel Stampfli/dst
cahier français: Alexandre Caldaraca/aca
fokus: Alex Gertschen/axe
dolce vita: Sabrina Glanzmann/sag

Redaktorinnen:

Laetitia Bongard/lb; Franziska Egli/ee; Theres Lagler Berger/lt; Gudrun Schlenzcek/gsg
Grafik und Produktion: Roland Gerber/rg; Andrea Husstein/ah; Daniel Steim/ste
Korrektorat: Paul le Grand.

Volontärin:

Salome Müller/smü
Online Redaktion: Natalie-Pascalie Aliesch/npa.
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Leitung); Danijela Bosnjak.

Verlag

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

hoteljob.ch:

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

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Redaktion: Tel. 031 370 42 16

Online Redaktion:

online@htr.ch
Abonnemente: Tel. 031 740 97 93
Fax 031 740 97 76; Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch;
Internet: täglich aktuell: www.htr.ch

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

Compass mit «Region Pur»

Compass Schweiz will ihren Gästen das Engagement im regionalen Einkauf besser verkaufen: Mit «Region Pur» schafft der Caterer einen neuen Brand.

GUDRUN SCHLENCZEK

Der internationale Caterer Compass hat sich vorgenommen, in der Schweiz noch regionaler zu arbeiten. Mit dem neuen Brand «Region Pur» will Compass Schweiz in Zukunft verstärkt Regionales in den rund 250 Verpflegungsbetrieben anbieten. «Wir haben schon bis anhin regional eingekauft, aber dem Kunden dies nicht explizit kommuniziert», erklärt Daniela Corboz, Leiterin Marketing und Kommunikation der Compass Group (Schweiz) AG.

Das soll sich nun ändern. Ab März wird in den vom zweitgrössten Schweizer Contract Caterer betriebenen Personalrestaurants und Schulmensen auch «regio-

nal» draufstehen, wo regionale Rohstoffe drin sind. «Region Pur» heisst der neue Brand, den Compass für sein Regional-Konzept lanciert. Das Versprechen des Verpflegers: Alles mit «Region Pur» Ausgezeichnete stammt aus einem Umkreis von maximal 70 Kilometern.

Fleisch, Gemüse, Früchte und Brot aus der Region

Dafür hat Compass die Schweiz in sechs Regionen eingeteilt. Das «Region-Pur»-Konzept betrifft die Produktgruppen Fleisch, Gemüse, Obst, Backwaren sowie regionale Handelswaren und Getränke. Insgesamt arbeitet der Caterer nun mit 74 Lieferanten aus der ganzen Schweiz zusammen. Zum Teil erfordert die Umstellung auch neue Lieferantenbeziehungen: So stehen in jeder der sechs Regionen nun mehrere regionale Bäcker für Brot und andere Spezialitäten zur Verfügung.

Der Anteil an Regionalprodukten am Gesamtverbrauch variiert je nach Produktgruppe. Grund dafür sind die unterschiedliche Verfügbarkeit und Preisdifferen-

zen. «Mehr als 70 Prozent des Gesamtangebots regional einzukaufen, ist aufgrund des Marktangebots schwierig», stellt Daniela Corboz klar.

Gast ist nicht bereit, für Schweizer Poulet deutlich mehr zu zahlen

Den höchsten regionalen Deckungsgrad erreicht man beim Fleisch: Schweine- und Kalbfleisch stammen zu 100 Prozent aus den jeweiligen Regionen, beim Rindfleisch sind es immerhin noch 90 Prozent.

Anders sieht es beim Poulet aus: Zum einen habe es nicht genügend Schweizer Pouletfleisch auf dem Grossverbrauchermarkt, zum anderen sei die Preissensibilität des Gastes beim Poulet grösser.

Das «Region-Pur»-Menü soll für den Kunden nicht teurer sein

Trotzdem: Poulet aus Übersee soll bei Compass mit der Einführung von «Region Pur» der Vergangenheit angehören. «Wir versuchen, Poulet möglichst aus Europa oder der Schweiz zu beziehen.» Anders sieht es aus bei Gemüse und Obst: Hier schwanke

«Mehr als 70 Prozent des Angebots regional einzukaufen, ist schwierig.»

Daniela Corboz
Compass Group (Schweiz) AG



Regionales Spezialitätenmenü: Zürcher Schweinsnierenbraten mit Aargauer Rüeblen.

die regionale Verfügbarkeit je nach Saison.

Teurer werde der Einkauf auch bei mehr Regionalität in der Regel nicht, so Corboz. Ausnahme seien regionale Merchandising-Artikel wie «Sankt Galler Bireweggli» oder «Badener Steine». «Im Restaurant bewirkt «Region Pur» keinen Preisaufschlag für den Gast.» Die Kosten stünden für Compass nicht im Fokus des «Region-Pur»-Konzeptes, betont Corboz, sondern es gehe darum, Mehrwert für den

Gast und die Region zu schaffen. Bis zum Sommer sollen über 90 Prozent der Compass-Betriebe das «Region-Pur»-Konzept eingeführt haben. Damit ein Menü mit «Region Pur» ausgezeichnet werden kann, müssen die Hauptkomponenten aus der Region sein, das heisst Fisch, Fleisch oder Geflügel. Bei einem vegetarischen Regionalmenü muss die Hauptkomponente (Gemüse) regional sein. Zudem steht zusätzlich zweimal monatlich ein regionales Fleisch-

Spezialitätenmenü wie Saucisson vaudois im Angebot.

Compass will aber noch weitere Schritte zu mehr Nachhaltigkeit vornehmen. Ein nächstes Projekt, welches Corboz vorschwebt, ist eine Ökobilanz. Mit den Bemühungen zu mehr Umweltverträglichkeit ist Compass unter den Schweizer Caterern nicht allein: 2013 lanciert die SV Group mit dem WWF Schweiz das Programm «One two we» - für eine klimafreundliche Personalgastronomie.

ANZEIGE

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.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 tagtäglich	 Innovative Wäsche aus traditionellem Haus	 Backoffice Lösung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus	 Ihr Partner für die globale Risikoverwaltung	 Ihr Partner für massgeschneiderte Kommunikationslösungen
-------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	-------------------------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------

Business Partner

 HUBERT ist der zuverlässige Partner für die Gastronomie und Hotellerie. Wir halten ständig über 6000 Artikel in unserem hochmodernen Logistikzentrum für Sie bereit.	 Klafs ist Europas führender Hersteller von Sauna-, Bade- und Wellness-Anlagen. Seit Jahrzehnten setzen unsere Produkte Massstäbe in Qualität, Technik und Design, von der klassischen Sauna bis zum modernen Erlebnisbad.	 Als grösster Schweizer Bürobedarfsanbieter im B2B-Bereich setzt die iba auf höchste Servicequalität. Sie bietet alles aus einer Hand - vom einfachen Kugelschreiber über Tinten und Toner, Bindegeräte und Büromöbel bis zur cleveren Gesamtlösung.	 Die einzige Schweizer TV-Zeitschrift mit den digitalen Sendern und wöchentlichem Programm mit täglich über 90 Sendern. Woche für Woche das aktuellste und übersichtlichste TV-Programm mit täglich über 90 Sendern, inklusive den digitalen Sendern.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Hotellerie

Bewerbungsfrist für «Swiss Hotel Film Award» läuft

Die dritte Ausgabe des «Swiss Hotel Film Award» von hotellerie-suisse ist lanciert. Für den Kurzfilm-Wettbewerb unter dem Motto «You are welcome!» können sich ab sofort Filmer mit ihrem Konzept zum Thema Gastfreundschaft bewerben. Gedreht wird während zwei Tagen in einem Schweizer Hotel. Interessierte Hoteliers sind eingeladen, ihr Hotel für die Dreharbeiten zur Verfügung zu stellen. Die Preisverleihung findet am 19. September 2013 in Zürich statt.

www.swisshotelfilmaward.ch

Hotel Seehof AG übernimmt Klosterser Hotel



Die Hotel Seehof AG in Davos wird ab 1. Mai 2013 das traditionsreiche **Hotel Steinbock** in Klosters in Besitz nehmen. Das 4-Sterne-Haus verfügt über 32 Apartments mit insgesamt 68 Betten und einen Wellnessbereich. Mit dem *A-lacarte-Restaurant (60 Sitzplätze), dem Beizli (40) und der Prättigauerstube (30) verfügt das Hotel über drei Restaurants, zudem über eine Bar und eine Sonnenterrasse. Das 1929 erbaute Hotel «Steinbock» war seit 1951 im Besitz der Familie Barblan. Während der letzten 45 Jahre hat Silvia Barblan den Betrieb geführt.

Gastronomie

Dieci AG: Zürcher Zoo-Restaurant «Primo» renoviert



Das Restaurant «Primo» von Dieci AG hat seine Renovationsarbeiten abgeschlossen. Im ersten Stock von «Dieci allo zoo» am Zürichberg gelegen, bietet das Lokal eine Kombination aus Lounge, Bar und Restaurant mit «einer Prise Clubatmosphäre», wie die Verantwortlichen schreiben. Im Restaurant finden bis zu 45 Personen Platz. «Dieci allo zoo» führt zudem das Restaurant «Pizza & Pasta», ein Bed & Breakfast sowie Räumlichkeiten für Events.

News

Schweizer Museen Anwärter auf Museumspreis

Drei Schweizer Museen sind für den Europäischen Museumspreis nominiert: das Alpine Museum der Schweiz in Bern, die Basler Papiermühle und das Musée grüerien in Bulle. Alle drei Museen wurden in den letzten Jahren renoviert. Nur England mit fünf und Belgien mit vier Anwärtern sind im Finale besser vertreten. Insgesamt sind 28 Museen nominiert. Der Europäische Museumspreis wird vom «European Museum Forum» vergeben. Am 18. Mai 2013 findet die Verleihung in Tongeren (Belgien) statt. smü

Jubiläumsfeier mit Sieger

Das Gourmet-Finale bildete den krönenden Abschluss des 20. St. Moritz Gourmet Festivals: mit einem Gang eines jeden Gastkuchs und dem Sieger des Nachwuchswettbewerbs.

FRANZISKA EGLI

Der Austragungsort passte hervorragend, lobten so manche Gäste: Statt wie in den vergangenen Jahren auf dem St. Moritzer Hausberg Corviglia bei Festival-Präsident Reto Mathis fand «The Great Valsler Gourmet Finale» des 20. St. Moritz Gourmet Festival heuer im 5-Sterne-Superior-Hotel Carlton statt. 260 Gäste fanden sich ein, um in den prächtigen Räumlichkeiten des 1913 erbauten Grand Hotels ein gelungenes Jubiläumsfestival zu feiern. Und ein letztes Mal stellten sich die internationalen Gastköche, unterstützt von den Küchenchefs der jeweiligen Festival-Partnerhotels, nochmals an den Herd, um gemeinsam ein Mehrgangmenü zu kreieren.

Massimo Bottura sagt über Alvin Leung: «He's crazy, he's a genius!» «Carlton»-Direktor Dominic Bachofen machte keinen Hehl daraus: Für das Haus stellte der Anlass eine «logistische Herausforderung sondergleichen» dar. «Zum Glück erhielten wir zusätzliches Küchen- und Service-Per-

sonal von den Partnerhotels». Zu spüren war bei den Gästen von alledem wenig bis gar nichts: Die Apéro-Stimmung in Bar und Lobby war ausgelassen, in der Küche des Grand Hotels herrschte gar bedächtige Ruhe. Und während Alvin Leung, Nummer 52 der «World's Best Restaurants», dem Kollegen Massimo Bottura, Nummer 5 der Weltrangliste, sein Amuse-Bouche zu kosten gab und dafür ein begeistertes «he's crazy, he's a genius!» erteilte, kamen die Gäste bereits in den Genuss der Köstlichkeiten.

Es gab zum Beispiel Entenleberpraline, Rhabarber-Himbeerkompott mit Vanille von Dieter Koschina (2 Michelin-Sterne, «Bestes Restaurant Portugals») aus Albufeira und Bernd Schützelhofer (Grand Hotel Kronenhof, Pontresina). Oder ein Pot-au-feu vom bretonischen Hummer von Klaus Erioff (3 Michelin-Sterne, 19,5 Gault-Millau-Punkte, 4 Hauben) aus Saarbrücken (D) und Markus Rose (Hotel Giardino Mountain, Champfer/St. Moritz). Oder ein Fondue de queue de bœuf, céleri-rave croquant, Mousse légère d'oignons et carpaccio de truffes von Gert de Mangleer (3 Michelin-Sterne, 18



Gewinner Balz Coray (r.) mit Bernd Ackermann.



Das Diner der Jubiläumsfeier fand in den Sälen des Hotel Carlton statt.

Bilder: Swiss-Image/Andy Mettler

Gault-Millau-Punkte) aus Brügge (B) und Kurt Röösl vom Hotel Waldhaus, Sils-Maria.

Balz Coray winkt ein Praktikum bei Karlheinz Hauser in Hamburg

Im Anschluss an das Diner strömten die Gäste wieder in die Bar und Lobby, wo nochmals ein Höhepunkt anstand: die Rangverkündigung des «Young Engadine Talents», dem Wettbewerb, an dem alle Engadiner Kochlehrlinge im dritten Ausbildungsjahr teilnehmen konnten.

Gewonnen hat Balz Coray, Kochlehrling bei Küchenchef Valère Braun im Hotel Saratz, Pontresina, und das «mit grossem Abstand», betont «Suvretta-House»-Küchenchef Bernd Ackermann, der den Wettbewerb leitete. Dem 27-jährigen Sieger, der bereits einen Abschluss als Schreiner hat, winkt als Preis unter anderem ein zweiwöchiges Praktikum bei Karlheinz Hauser (2 Michelin-Sterne) im Hotel Süllberg in Hamburg. Die Aufgabe der Lehrlinge bestand darin, aus einem festgelegten Warenkorb zwei Gourmetgerichte zu zaubern. Die Leistung von Balz Coray sei «sehr beeindruckend» gewesen, betonte «Suvretta-House»-Direktor Vic Jacob während der Siegesfeier.

Vergangenes Jahr wurde der Nachwuchswettbewerb zur Förderung junger Kochtalente aus der Region zum ersten Mal durchgeführt. Mit Erfolg: Der

Letztjahres-Sieger Claudio Gruber durfte ein einwöchiges Praktikum beim deutschen 3-Sterne-Koch Christian Bau absolvieren, «und diese Zusammenarbeit hat so gut geklappt, dass Claudio gleich vier Wochen geblieben ist», erzählt Jacob.

Er glaube nicht, dass sein eher hohes Alter ihn besser gemacht habe, sagt Coray. «Aber vielleicht sind die Ansprüche höher», mutmasst der glückliche Sieger, bevor er sich unter die Gäste mischte.

Bis in die frühen Morgenstunden wurde im ersten Stock des ehrwürdigen Hauses gefeiert. Und alle freuen sich jetzt schon auf das nächste Mal: Das Gourmet Festival 2014 findet vom 3. bis 7. Februar statt.

Kolumne

Qualitätsmarke prägen



Harder's

Thomas Harder ist Markenspezialist. Der Gründer und Geschäftsführer von Swiss Brand Experts arbeitet regelmässig mit Destinationen und touristischen Leistungsträgern zusammen. In der htr-Kolumne schildert er seine ganz persönlichen Markenbeobachtungen.

Ich stelle mir vor, dass Sie als Akteurin oder Akteur jeden Tag die Tourismus-Marke Schweiz «machen». Wer könnte sie besser prägen, wenn nicht die vielen Köpfe und Hände an den verschiedenen Tourismusrädchen? Bei «machen» denke ich an Ihre Leistungen jeden Tag. Denn Leistungen stärken oder schwächen in erster Linie die Marke Schweiz, Marketing und Werbung übertragen sie im guten Fall. Worauf kommt es an, dass Sie bei Ihrem Wirken und Tun die Marke Schweiz stärken? In welche Richtung liegen Chancen, welcher Entwicklung würde ich nicht aufsitzen? Dazu zwei Pinselstriche.

Ein Erster: Hochwertige Leistungen stehen am Anfang der Erfolgsgeschichte der Schweiz als Tourismus-Land. Hochwertigkeit als Synonym für Spitzenleistungen, Perfektion, Präzision ist überhaupt eine zentrale Achse der Schweiz. Hochwertigkeit funktioniert nicht als selbstgerechtes Statement, sondern verlangt eine entsprechende Haltung und Ambition als Antrieb für den täglichen Versuch. Hochwertigkeit als Erfolgsrezept der Schweiz kann sich auch nicht auf den Luxus- und 5-Sterne-Bereich beschränken, sondern sollte die Angebote aller Stufen erfassen. Eine Tissot passt zum Uhrenland Schweiz genauso wie eine Patek Philippe, wenn sie in ihrem Segment schweizerische Qualitätsmerkmale bietet.

Auf den Tourismus übertragen bedeutet dies, dass die Saucen in der Schweiz auch in einem Landgasthof selber gemacht sein sollte, die Verlässlichkeit der Wanderwegauschilderung überall gleich hoch, Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft in der grossen Skidestination genauso überzeugend wie in einer kleineren. «Der Nache nach», Convenience sowie «Kosten und Effizienz zuerst» sind in diesem Umfeld unpassend. Hochwertigkeit wird uns aber auch nur dann attestiert bleiben, wenn sich die führenden Destinationen, Hotels und Gastronomieangebote in den Spitzenpositionen des Weltmarkts behaupten können – denn ohne die Patek Philipps verliert auch die Schweizer Uhrenindustrie ihre Flaggschiffe und damit ihre Stellung.

Ein Zweiter: Ein angesehener Touristiker hat mir jüngst gesagt, sein erfolgreicher Berg sei heute eigentlich ein Rummelplatz. Diese Aussage bringt eine Entwicklung auf den Punkt, die auch Aktivis-

mus, Wachstum um jeden Preis sowie Innovation ohne Richtung umfasst. Diese Entwicklung gefährdet die Hochwertigkeit der Schweiz fundamental. Denn Hochwertigkeit fordert ein Umsetzen und Dranbleiben an den konkreten Vorzügen. Für die Destination Schweiz denke ich dabei an drei eng miteinander verbundene Vorzüge: 1. Kraft und Schönheit unserer Natur und Landschaft: Die Berge, Hügelzüge und lieblichen Seen auf engstem Raum; 2. Die hohe architektonische und gestalterische Qualität der darin errichteten Siedlungsräume, Bauten und Anlagen; 3. Die daraus entstandene Kultur: Deren Anziehungskraft liegt eher im Bodenständigen, Zurückhaltenden und Substantiellen denn in der grossen Geste oder im Glamour – von der Äplerhilbi über die Skirennen am Kuonisbergli bis zu den Bauten eines Peter Zumthor oder dem Filmfestival in Locarno – Zürcher Streetparade und White Turf in St. Moritz als Juwelen und Feuerwerke sind Ausnahmen von der Regel.

Die Schweiz verliert ihren Charakter und damit auch ihren Reiz, wenn wir mit diesen drei Vorzügen nicht sorgfältig umgehen: Denn Hochwertigkeit heisst nicht Rummel, wo Touristen Kraftorte erwarten, heisst das Gegenteil von Zersiedelung und allzu vielen Halli-Galli-Events, heisst architektonische Qualität statt Spekulationsbauten, heisst «es sein» statt es zu inszenieren, heisst Klasse vor Masse.

Hochwertigkeit bedeutet für die Schweiz als Tourismusland deshalb Entwicklung entlang dieser drei Vorzüge – als ständiger Prozess der Vertiefung und passenden Ergänzung, auch einmal des Nein-Sagens. Denn wer alles sein will, ist am Schluss nichts. Dieser Fokus wird sich auszahlen, denn diese drei Vorzüge differenzieren uns, deshalb kommen und bleiben die Gäste.

Das sind wir, das können wir. Mit Freude.

Unsere Kolumnisten

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



Paradiesvogel der exquisiten Kochkunst

Er setzt auf moderne Kochtechniken und traditionelle Rezepte: Der Autodidakt Alvin Leung aus Hongkong präsentierte am Gourmet Festival seine «X-treme Chinese Cuisine».



Teigtasche mit Bergkäse und Trüffel nach Leung-Art.

«Sex on the beach», ein Gericht bestehend aus einer Art Pilzteppich, der den Strand darstellt, dekoriert mit einem essbaren Kondom aus Jelly. Normalerweise ist meine Küche aber nicht so extrem. Mit einem essbaren Kondom bringt man die Leute zwar zum Lachen und zum Staunen. Ein Gericht jedoch, das einem jeden Tag und immer wieder aufs Neue schmeckt, das macht gutes Essen aus, und daran wird sich auch nie was ändern. Das ist die DNA des Genusses, und daran müssen auch wir Köche uns halten. So geht es in der «X-treme Chinese Cuisine» immer

«Mit einem essbaren Kondom bringt man Leute zum Staunen und Lachen.»

Alvin Leung
Nr. 52 World's Best Restaurants

FRANZISKA EGLI

Alvin Leung, Sie nahmen zum ersten Mal am Gourmet Festival teil. Ihr Eindruck? Toll! Ich habe schon an vielen ausserordentlichen Events teilgenommen, aber so etwas wie das Gourmet Festival, das kannte ich noch nicht. Das ist wirklich etwas sehr Spezielles. Es war toll, von so vielen Berufskollegen aus aller Welt umgeben zu sein und zu sehen, was sie drauf haben, zu kosten, was sie zubereiten und auch von ihnen zu lernen. Das war aufregend und anregend. Und nicht zuletzt hatten wir viel Spass miteinander, was mich und mein Team angespornt hat, noch härter zu arbeiten.

Ihre Gäste kamen in den Genuss von Hummer sanft gegart in Szechuanbutter oder Wolfsbarsch «Abby»-Sauce mit chinesischem Reisweingelée, knusprigem Seegras und Sashimi mit Ponzu-Sesamsauce. War das typisch für die von Ihnen begründete «X-treme Chinese Cuisine»? Mehr oder weniger. Der Begriff «X-treme Chinese Cuisine» kann ja unterschiedlich interpretiert werden. Die einen verstehen darunter Gerichte mit Seifenblasen oder Puder. Mein wohl radikalstes Gericht in dieser Beziehung ist zweifellos

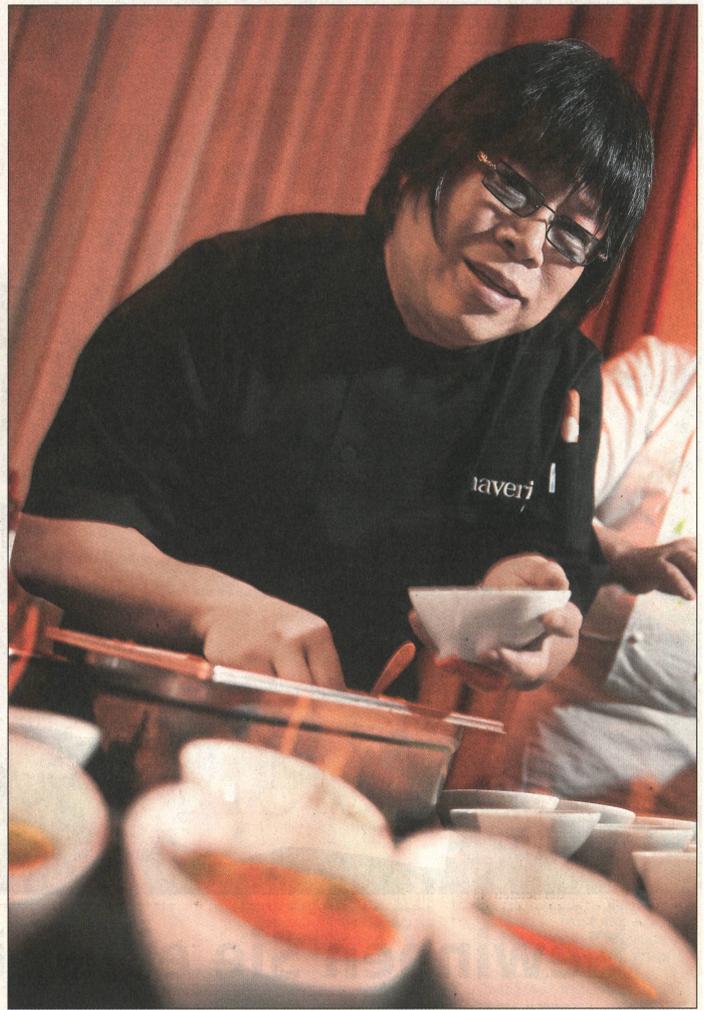
nach wie vor an? Sicher. Bislang war es in meinem Restaurant in Hongkong erhältlich, nun serviere ich es in meinem neuen Restaurant Bo London. Der Erlös dieser Speise geht übrigens vollumfänglich an die Aidshilfe.

In St. Moritz haben Sie acht Berufskollegen getroffen. Wie war das? Mir ist aufgefallen, dass alle zwar aus verschiedenen Ländern stammen, aber das Gros doch aus einer ähnlichen Ecke kommt: aus Deutschland, Frankreich, Italien, Belgien –

und auch Markus Glockner von den USA ist ursprünglich aus Deutschland. Da war ich schon der Exot. Und im Gegenzug war es interessant zu sehen, wie unterschiedlich nur schon ein Franzose und ein Italiener sein können: Jean-Georges Klein mit seiner edlen, eher klassischen Küche und Massimo Bottura mit seinen modernen, ja fast schon avantgardistischen Kreationen.

Wie hatten Sie sich kulinarisch auf das Festival vorbereitet? Ich habe mich beispielsweise von Ihrem Fondue inspirieren lassen und zum Dessert ein «Knuspriges Kokosfondue mit Zitronengras und Chiliaufguss» kreiert. Das war ein Experiment, kam aber so gut an, dass ich es gleich an mehreren Abenden serviert habe.

Apropos: Wo und wie inspirieren Sie sich? Zur Inspiration brauche ich zwei Dinge. Erstens: Ruhe, um Denken zu können. Da ich rund 72 Stunden im Monat im Flugzeug verbringe, kann ich diese Zeit prima nützen zum Tüfteln. Zweitens: Erfolg. Sie lachen, aber erst wenn man Erfolg hat, kann man weit und immer weiter gehen. Denn Erfolg bringt nicht nur positives Echo und Befriedigung, sondern auch Geld. Und auch das braucht es, um sich immer wieder inspirieren zu können.



Bilder Swiss-Image/Andy Mettler
War Gastkoch bei Michel Dome vom Hotel Schweizerhof St. Moritz: Alvin Leung.

«The Demon» Alvin Leungs Küche rockt

Alvin Leung ist eine Klasse für sich. Nicht allein was sein Können angeht – diese Mischung aus exquisiter Kochkunst und wissenschaftlicher Herangehensweise. Sondern auch wegen seiner Erscheinung: Stets schwarz gekleidet, ins Gesicht fallendes Haar, blau getönte Brille, tätowierter Arm, genießt Leung denn auch den Ruf des «Rock'n'Rollers» unter den weltweiten Spitzenköchen. Der

1961 in London geborene und in Toronto, Kanada aufgewachsene Leung war ursprünglich Ingenieur, bevor er seiner Passion folgte und 2002 in Hongkong das Restaurant Bo Innovation eröffnete. Gerade mal sechs Jahre später wurde dieses mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnet. Sein Handwerk lernte der Autodidakt denn auch bei Ferran Adrià, Joël Robuchon sowie Heston Blumenthal, seinem Vorbild.

Selbst nennt er sich «The Demon» und seine Küche «X-treme Chinese Cuisine». Darunter versteht die Nummer 52 der «World's Best Restaurants» die Kombination von traditionellen chinesischen Rezepten mit zeitgemässen Zutaten und modernen Kochtechniken. Mit technischer Präzision feilt der Ingenieur nicht selten Monate an einem Menü. Am Gourmet Festival St. Moritz tischte er zum Einstieg seines

Gourmet Diners etwa ein «Trio von Tomate» auf: Strauchtomate geschmort in «Patchun»-Essig; Tomaten-Marshmallow mit Frühlingszwiebel; Kirschtomate im Filo-Teig gebacken und aromatisiert mit chinesischem Olivenpüree. 2012 eröffnete Leung in London sein zweites Restaurant, das «Bo London». see

www.boinnovation.com
www.bolondonrestaurant.com

Einblicke in die hochstehende Weinkultur

Das St. Moritz Gourmet Festival wäre nicht komplett ohne seine Extralänge rund um Genuss. Im «Waldhaus» in Sils-Maria gab's dieses Jahr Weine der Spitzenklasse zum Kosten.



Felix Dietrich (l.) vom «Waldhaus» mit Weinprofi Jan Martel.

SABRINA GLANZMANN

Wer Jan Martel zuhört, sieht sich in stilen deutschen Rebbergen, auf grosszügigen Terrassenfeldern in Österreich oder neben legendären Weingütern in Frankreich stehen. Der Weinprofi versteht es zweifelsohne, die Leidenschaft für sein Fachgebiet weiterzugeben – das kam im Hotel Waldhaus in

Sils-Maria vergangene Woche rund 50 Weininteressierten zugute. «Ein Blick ins Weinparadies» hiess der Anlass im Rahmen des St. Moritz Gourmet Festival, zu dem die Hotelierfamilie Dietrich einlud und durch den Jan Martel führte. Als Geschäftsführer der Martel AG St. Gallen deckt er zusammen mit Caratello Weine, ebenfalls aus St. Gallen, das Weinhandler-Segment unter den Co-Sponsors des Festivals ab.

«Winzer des Jahres» und ihre berühmten Weine

Und der Abend hielt, was der Titel versprach, bot er doch die nicht ganz alltägliche Chance, Kult-Weine und hochdekorierte Tropfen an einem Ort zu degustieren. Das kostete faire 290 Franken, inklusive kulinarischen Begleiter

und anschliessendem Vier-Gang-Menü aus der «Waldhaus»-Küche.

Los ging's mit einem Riesling Bockenauner Felseneck 2010 vom Weingut Schäfer-Fröhlich in Nahe (D). «Mineralisch, mineralisch und nochmals mineralisch» charakterisierte Jan Martel den Wein aus den von Devon-Schiefer geprägten Steillagen von «Winzer des Jahres» Tim Fröhlich.

Bei der Vorstellung des «Grünen Veltliner Lamm 1. Lage 2011» vom Weingut Bründlmayer im Kemptal (A) erzählte Martel über die private Motivation Willy Bründlmayers, auf biodynamischen Anbau zu setzen: «Seit seine Kinder im Rebberg spielen, will er keine Chemie mehr spritzen.» Die Beliebtheit seiner über Jahrzehnte lagerfähigen Weissweine gibt dem zweiten «Winzer des

Jahres» an diesem Degustationsabend offenkundig Recht. Zum Veltliner passte das gereichte Medaillon von der Chioggia-Rande mit Störfilet und Gurkengelée ausgezeichnet.

Legendärer Echézeaux Grand Cru zu hausgemachter Hirschwurst

Und dann kam er: der Grands Echézeaux Grand Cru 2005 der legendären Domaine de la Romanée-Conti im Burgund. Einer der unbestrittenen Höhepunkte des Abends und für viele der Anwesenden wohl der eigentliche Grund dafür, dass sie da waren. Martel wurde nicht müde, eindrückliche Fakten und grosse Anerkennung zum Wein und zur Domaine loszuwerfen: etwa das «schlichtweg einmalige Terroir», die Erntemengen («für eine Fla-

sche braucht es im Schnitt drei Stöcke»), oder die «selbstverständliche naturnahe Produktion.» Eine zweite Legende war der Château Latour 1996, 1er Cru classé aus der Region Pauillac – laut Experte einer der besten Jahrgänge des Weinguts. Die Küche von «Waldhaus»-Chef Kurt Röösli servierte dazu eine delikate hausgemachte Hirschwurst mit Kartoffelpüree und Trüffelsauce, bevor es zum Hermitage 2009 der Domaine Jean-Louis Chave (Rhône) Entenleberschnitzel mit karamellisierter Quitte und Kräuterbrühe gab. Und auch beim nachfolgenden Viergänger wurde hochstehende Weinkultur ausgiebig weitergepflegt: Die Weingüter Heitz Wine Cellars, Castello di Ama oder Bodegas Roda spielten dabei einige der Hauptrollen.



Gewinnen Sie eine Einladung an die Tour Culinaire Suisse 2013 mit Rolf Fuchs

Rolf Fuchs, Gewinner des Goldenen Kochs 2012 und Commis Philipp Maurer gehen auf Siegestour. Auf ihrer kulinarischen Reise durch die Schweiz (Binningen, Lausanne, Schaffhausen, Bern) präsentieren sie von Februar bis April 2013 ihr Siegermenü in Lokalisationen namhafter Spitzenköche.

**Jetzt mitmachen und gewinnen:
Auf www.goldenerkoch.ch finden Sie die detaillierten Teilnahmebedingungen zum Wettbewerb.**



PARTNER

prodega growa

Diversey

NUTRISWISS

GASTRO SUISSE
GASTRO Journal

smart cooking

SALUS

Nestlé
PROFESSIONAL

Maggi

HENNIEZ

KADI
Swiss Premium Quality

KADI AG · CH-4901 Langenthal · Tel. 062 916 05 00 · Fax 062 916 06 80 · www.goldenerkoch.ch · goldenerkoch@kadi.ch

Reto Mathis zieht Bilanz: der Präsident des St. Moritz Gourmet Festival über die Anfänge, die künftige Ausrichtung – und das frühere kulinarische Mittelmass im Oberengadin.

SABRINA GLANZMANN



Illustrier Kreis am Opening im Kempinski Grand Hotel des Bains: die neun Gastköche mit den lokalen Chefs und Vertretern des Organisationskomitees.

Swiss-Image / Andy Mettler

Vom Mittelmass an die Spitze

Reto Mathis, Sie haben das St. Moritz Gourmet Festival mit aufgebaut, jetzt feiert Ihr «Baby» den 20. Geburtstag. Wie fühlt sich das an?
Wir lancierten das Festival damals als Impulsanlass für die lokale Gastronomie; es sollte sie voranbringen, um international kulinarisch besser mitspielen zu können. Jetzt ist das Festival nicht nur in St. Moritz eine feste Größe im Eventkalender, sondern auch in Fach- und Gourmetkreisen weltweit. Das zeigt auch das breite Medienecho auf diesen Anlass. Und das macht mich natürlich schon sehr stolz.

Wieso war dieser «Impulsanlass» überhaupt nötig?
Damals, in den frühen 1990er-Jahren, war das kulinarische Niveau von St. Moritz – nett ausgedrückt – eher mittelmässig. Ohne jemandem zu nahe treten zu wollen: Es hatte keine wirklich herausragenden Köche und Restaurants. Man reiste wegen allem Möglichen nach

St. Moritz, aber bestimmt nicht wegen des Essens. Hochstehende Infrastruktur und Servicebereitschaft waren da, doch die Gastronomie konnte nicht mithalten.

... und das Konzept mit den Gast-Köchen konnte das langfristig ändern.
Absolut. Die Idee, dass Top-Chefs anreisen, mit denen die lokalen Brigaden mehrere Tage arbeiten und sich inspirieren lassen, hat viel in Bewegung gesetzt. Die hiesigen Küchenchefs und Hoteldirektoren konnten sich im Laufe der Jahre wertvolle Netzwerke aufbauen. Wenn Sie heute zum Beispiel in den Gault-Millau-Führer schauen, finden Sie in St. Moritz und im ganzen Oberengadin um die 40 Top-Adressen. Das gab es früher nicht.

An welchen «Kinderkrankheiten» litt das heute «erwachsene» Festival?
Zum Glück an keinen schwer-

wiegenden – erstaunlicherweise. Denn vor 20 Jahren war es doch eher ungewöhnlich, dass Mitbewerber aus dem Luxussegment der Hotellerie an einen Tisch sitzen und gemeinsam ein Produkt schaffen. Das Destinationsdenken hat immer geholfen, Spannungen oder Probleme zu überwinden.

Apropos Destinationsdenken: Das Festival wurde 2010 auf das Oberengadin ausgedehnt. Gibt es weitere Ausbaupläne?
Aktuell nicht, denn wir wollen und können nicht zu gross werden. Neben den offiziellen Anlässen wie Opening, Kitchen Party und Finale müssen die

Side-Events sorgfältig geplant sein, damit sie gut nebeneinander funktionieren und die Frequenzen stimmen.



«Es war noch nie so schwierig wie in diesem Jahr, Gastköche zu verpflichten.»

Reto Mathis
Präsident Gourmet Festival

Es steht und fällt mit der Auswahl der Gast-Köche, ob die Frequenzen stimmen – wie leicht kommen Sie heute an die Kochstars ran?
Offen gesagt war es noch nie so schwierig wie dieses Jahr, das Gastkoch-Team zusammenzustellen. Die Chefs sind eine ganze Woche von ihrem Betrieb weg – in einem wirtschaftlich schwierigeren Umfeld ist das für viele nicht mehr möglich. Eigentlich dachte ich ja, es wäre im Gegenteil einfacher, Leute in diesen

Zeiten zu akquirieren. Aber gerade wenn es um kleine Lokale geht mit vielleicht 20 Plätzen, muss der Betrieb für die Woche schliessen, weil ja der Koch und zwei, drei seiner Mitarbeitenden ans Festival reisen. Das sind entscheidende Kostenfaktoren.

Hat sich das Wochen-Konzept also totgelaufen?
Das würde ich so pauschal nicht sagen. Letzten Dezember traf sich das Festival-Komitee zu einem Workshop zum Thema, und wir werden uns weiterhin stark damit beschäftigen, wie das Festival künftig konzeptionell ausgerichtet sein soll. Aber: Der Festivalcharakter ist ja gerade der, dass die Köche während einer ganzen Woche hier sind und die Gäste sie auch mehrmals sehen, sich mit ihnen austauschen können. Das hebt uns von anderen, ähnlichen Konzepten klar ab. Ich bin sicher, dass wir für dieses Problem eine Lösung finden.

Stichwort Gast: Wie hat sich das Gourmet-Festival-Besucherstruktur entwickelt?
Der Gast ist heute viel informierter als noch vor 20 Jahren. Die Reisekultur, einschlägige Medienformate und die Online-Welt haben ihren Teil dazu beigetragen. In den 90ern von Thai Food oder indischem Essen zu sprechen, hatte etwas extrem Exotisches, heute erwarten die Leute von einem chinesischen Top-Chef wie Alvin Leung ja gerade das Aussergewöhnliche und Neue. Das verpflichtet uns als Veranstalter wiederum noch mehr, ein spannendes Programm zusammenzustellen.

Und Sie selbst, sind Sie die nächsten 20 Jahre mit dabei?
Nun, ich bin kein Sesselkieber und will mir kein Denkmal setzen – wenn jemand übernehmen möchte, bin ich gerne zu Gesprächen bereit (lacht). Aber im Moment macht es mir wirklich noch sehr viel Spass.

Wenn die Fussgängerzone zur Gourmet-Meile wird

Exquisite Häppchen zu kleinen Preisen mitten im Dörfli von St. Moritz: Das «Gourmet Festival Village» zog Touristen, Einheimische und Festival-Gäste gleichermaßen an.

FRANZISKA EGLI

Am vierten Festivaltag und pünktlich auf die Apéro-Zeit herrschte mitten im Dörfli, in der Fussgänger-Zone von St. Moritz Dorf, emsige Treiben: Anlässlich der Jubiläums-

ausgabe stieg für alle Festivalbesucher, Touristen sowie die einheimische Bevölkerung das «Gourmet Festival Village». An zahlreichen Marktständen boten die Jungköche der Festival-Partnerhotels und -restaurants sowie die Festivalsponsoren eine grosse kulinarische Vielfalt in Form von edlen Häppchen zu kleinen Preisen.

Beim Stand des Luxushotels Carlton beispielsweise gab's «Lemongrass curry soup with prawns» zu acht Franken und bei jenem des Grand Hotel Kulm «Mìnestrone pistou à la riquette, Mille-feuilles de St-Jacques Périgordine» für 15 Franken. Das

«Suvretta House» bot einen lauwarmen Gänseleberflanz mit Trüffeljus und Parmesanschaum (9 Franken) und Mathis Food Affairs einen Linseneintopf mit «Engadinerli Foie gras» (12 Franken). Ein dichtes Gedränge herrschte in den Gassen, und Wintersportler wie Festival-Gäste genossen bei vergleichsweise milden null Grad bei Cüpli und Wein die spezielle Atmosphäre und machten vom breiten Gourmet-Angebot regen Gebrauch. Auch die internationalen Gastköche zeigten sich angehen von volksnahen Anlass, der dieses Jahr das erste Mal durchgeführt wurde. «Eine super Idee, gehobene Küche zu erschwing-

lichen Preisen und auf so unkomplizierte Art für alle zugänglich zu machen», lobte etwa Dieter Koschma, 2-Michelin-Sterne-Koch aus Portugal, Gastkoch bei Bernd Schützelhofer vom Grand Hotel Kronenhof in Pontresina. Höhepunkt des Anlasses war schliesslich der Moment, als sich alle Chefköche der Partnerhotels zusammen mit den Gastköchen an ihren jeweiligen Stand gesellten, um die Jubiläumsfestival-Kochschürzen, welche ebenfalls zum Verkauf angeboten wurden, zu signieren. Die schwarze Schürze wurde so zum Stück mit grossem Erinnerungswert, das entsprechend grossen Anklang fand.



Swiss-Image/Andy Mettler

An unzähligen Ständen boten talentierte Jungköche den Passanten Kostproben ihres kulinarischen Könnens.

Den Erfolg des «Gourmet Festival Village» in Zahlen beziffern könne sie nicht, aber der Anlass im «Dörfli» sei «sehr gut besucht» gewesen, sagt Erica Woehrlie von der Agentur Woehrlie Pirola, die das St. Moritz Gourmet Festival seit über zehn Jahren organisiert.

Und das Wetter habe mit seinen für St. Moritzer-Verhältnisse fast schon milden Temperaturen bestimmt seinen Teil zum Erfolg beigetragen, meint sie.

Ob das Gourmet Festival Village auch im 2014 durchgeführt wird, ist noch offen.

dolce vita

htr hotelrevue Nr. 6 / 7. Februar 2013



Köstlichkeiten von internationalen Top-Chefs sind die Highlights am St. Moritz Gourmet Festival – die Gäste können sie in den Partnerhotels geniessen.

Swiss-Image / Arndt Mettler



unser Name war präsent», so Direktor Martin Scherer. Im Carlton Hotel wirken heute die 3-Sterne-Köche Enrico und Roberto Cerea im «Da Vittorio St. Moritz», 2012 noch am Gourmet Festival – unserem erfolgreichsten, was die Anzahl Covers betraf, die Gäste waren begeistert. So entstand die Idee der Zusammenarbeit» sagt «Carlton»-GM Dominic Bachofen. Und Mitarbeitende machen Stages bei Ex-Gastköchen: «Eine Lernende machte einen Trainingsaustausch bei Tanja Grandits, die letztes Jahr am Festival bei uns kochte. Sonst wäre es zu dieser Platzierung wohl nicht gekommen», sagt Claudio Dietrich vom «Waldhaus» in Sils. Und das sind nur einige Beispiele.

Mehrnächteprodukte zu schaffen, ist künftig im Fokus

Rupert Simoner, General Manager im Kempinski Grand Hotel des Bains, hat mit früheren Gastköchen Businesskonzepte für andere «Kempinski»-Häuser erarbeitet; Asia-Koch Wini Brugger wirkt jetzt im Hotel Das Tirol, und Tim Raue kehrt ins Berliner Hotel Adlon zurück. Und er spricht im Zusammenhang mit dem Festival nicht von Kosten, sondern von langfristigem Investment in F&B-Image und -Positionierung. «Der Profit liegt genau darin, dass sich die Zeit während und das Netzwerk nach dem Festival auf Know-how der Mitarbeitenden auswirkt. Ein grosser Wert.»

Die Frage nach der Logiernächte-Generierung beantworten die Direktoren auch ähnlich: Die Summe der Individualgäste halte sich in Grenzen, relevanter seien dabei die Partnerschaften mit Sponsoren, die mit Gästen anreisen. «Wie wir ein Mehrnächte-Produkt schaffen und zusätzliches Volumen generieren können, ist künftig eine unserer grössten Aufgaben» so Dominique Godat. Feste Stammgäste, die jedes Jahr extra fürs Festival anreisen, hat jedes Haus – gerade die Küchen Partner sei für das «Badrutt's Palace» laut Direktor Hans Wiedemann ein sicherer Wert. Er ist, wie seine Kollegen, von der zeitlichen Positionierung des Festivals nach wie vor überzeugt: «Es füllt die «Eventlücke» zwischen Polo World Cup und White Turf.»

Bilder zum 20. Gourmet Festival: www.htr.ch/gourmet-festival

Chancen fürs F&B-Image

20 Jahre St. Moritz Gourmet Festival – das heisst auch 20 Jahre Partnerhotels. Die Direktoren der beteiligten 4- und 5-Sterne-Häuser sprechen über ihre Erfahrungen.

SABRINA GLANZMANN

Am Anfang herrschte Skepsis. «Es standen Fragen im Raum wie «Was bringt's uns, was soll das Ganze?» Man musste gegenüber den Hoteliers schon etwas Überzeugungsarbeit für ein Food-Festival leisten.» So erinnert sich Vic Jacob, Gründungsmitglied und Vizepräsident des Vereins St. Moritz Gourmet Festival, an die Anfänge in den 1990er-Jahren. 20 Festivaljahre später gehören die Häuser im Luxussegment zu den wichtigsten Partnern des Anlasses, der heute als «das Original» aller Gourmet-Festivals gilt und von Sylt bis Dubai etliche «Nachahmer» gefunden hat. Welche Bilanz können die Hoteliers

Fakten Das St. Moritz Gourmet Festival in Zahlen

Gründung des Vereins: 1993
 Austragung des 1. Gourmet Festivals: 1994
 Ausweitung des Festivals auf die Region Oberegadin: 2010
 Anzahl Gäste seit Beginn des Festivals: 60000
 Anzahl Gastköche: total 73
 Spitzenköche aus 31 Ländern
 Herkunft Gäste: 80% Schweiz, 10% Deutschland, 5% Italien, 5% andere Länder



Vic Jacob, Hotel Suvretta House, St. Moritz.



Hans Wiedemann, Badrutt's Palace Hotel, St. Moritz.



Dominic Bachofen, Carlton Hotel, St. Moritz.



Dominique Godat, Kulm Hotel, St. Moritz.



Rupert Simoner, Kempinski Grand Hotel, St. Moritz.



Martin Scherer, Hotel Schweizerhof, St. Moritz.



Heinz E. Hunkeler, Grand Hotel Kronenhof, Pontresina.



Claudio Dietrich, Hotel Waldhaus, Sils-Maria.

mittlerweile aus dem etablierten Festival ziehen – was «bring't's»?

Zur Einordnung: 2010 von St. Moritz auf das Oberegadin ausgeweitet, zählen heute die acht 5-Sterne- und 5-Sterne-Superior-Häuser der Region sowie das 4-Sterne-Haus «Schweizerhof» zu den Festival-Partnerhotels. 2012 erstmals dabei war das neue «Giardino Mountain» in St. Moritz/Champfer (siehe Interview mit Resident Manager Katrin Rüfenacht in der htr vom 24.1.). Diese Hotels sind die Schauplätze für die Gourmet Diners der Star-Gastköche und hosten die offiziellen Anlässe wie Opening, Finale oder Kitchen Party. Weitere Partner für die Side-Events sind Mathis Food Affairs auf Corviglia, die «Jagdhütte» im Hotel Bellavista in Silvaplana-Surlej, das Hotel Muottas Muragl bei Samedan und der «Cava» im St. Moritzer Hotel Steffani. Alle sind im OK sowie in der Event-Organisation aktiv.

Die finanzielle Beteiligung an den Grundkosten inklusive Honorar für die Gastköche beläuft sich bei 10000 Franken – mit den be-

triebsinternen Kostenpunkten wie etwa Unterkunft für die Gastcrew oder die Journalisten resultiert, je nach Hotelgrösse, eine Summe von 30000 bis 40000 Franken. «Davon eine Kosten-Nutzen-Analyse zu machen, macht aber wenig Sinn», so «Kulm»-Direktor Dominique Godat. «Es geht um langfristige Effekte.»

Das Festival ist auch nach innen gerichtetes Marketing

Godat und alle seine Kollegen sind sich auf Nachfrage der htr einig, welche Effekte das sind: St. Moritz und Umgebung als kulinarische Destination zu positionieren (siehe auch Interview mit Reto Mathis, Seite 19). Nicht nur Heinz E. Hunkeler vom «Kronenhof» in Pontresina spricht vom «unbezahlbaren Erfahrungsaustausch» zwischen den lokalen Brigaden und der Gastcrew. «Suvretta-House»-Direktor Vic Jacob nennt es «nach innen gerichtetes Marketing. Da kommen 2- oder 3-Michelin-Sternköche für eine Woche in ein Haus, und ganze Fine-Dining-Crews schauen über

die Schulter, arbeiten mit, lernen dazu, knüpfen Kontakte. Das motiviert.» Konkret heisst das: Im Laufe der Jahre ist ein «Platzierungs-pool» für Mitarbeitende und für Kooperationen zwischen den

Küchenchefs entstanden. Michel Dome, Chef im «Schweizerhof», kochte etwa mit 2012-Gastkoch Otto Koch während sechs Wochen im Münchner Olympiarium – «da gingen 10000 Gerichte raus, und

Kommentar

Anekdoten aus zwei Jahrzehnten Gourmet Festival

Über 4000 Gäste. Neun Köche mit total 20 Michelin-Sternen. 40 verschiedene Events während einer Woche... nach dem Ende von Anlässen, in diesem Fall



SABRINA GLANZMANN

dem Ende des 20. St. Moritz Gourmet Festivals, werfen die Veranstalter gerne mit Zahlen

um sich. Das ist wichtig und auch gut so – uns Medien gibt das relevante Anhaltspunkte zur Einordnung, der Fachwelt einen interessanten Einblick in die Bilanz, und generell weisst die Öffentlichkeit dann: So war's also dieses Mal.

Aber genau dieses Mal interessieren mich diese Zahlen – mit Verlaub – weniger. Die Kreationen der Top-Gastköche waren unbestritten auf Top-Niveau, die Events spannend und die Begegnungen mit den anderen Gästen ein toller Austausch. Aber geblieben sind

mir besonders die Anekdoten der Hoteliers aus 20 Jahren Festivalgeschichte: etwa wie Roger Moore im ungeheuren Helikopter direkt aus dem Wallis anreiste, um halb verlorene eine fulminante Rede zu halten. Wie sich der eine oder andere Gastkoch als kleine Diva entpuppte, die Gäste aber nichts davon mitbekamen. Wie bedrohlich Regenwasser das Festzelt füllte, als das Finale noch auf dem See stattfand.

So war's – jedenfalls für mich – also dieses Mal. Happy Birthday, Gourmet Festival!

PROFIL

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

GESAMT-
AUFLAGE
40.000

Nr. 6 · 7. Februar 2013

htr **hotelrevue**

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT
VON

HOTELLERIE*
GASTRONOMIE ZEITUNG

www.stellenPROFIL.ch

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



GRAFILU

ZITAT
DER WOCHE

*«Alle Grossen waren Arbeiter,
unermüdlich nicht nur im Erfinden,
sondern auch im Verwerfen,
Sichten, Umgestalten, Ordnen»*

Friedrich Nietzsche

LEARNING BY DOING

Seit 25 Jahren bilden wir im «Adler», Adeldom, Lehrlinge aus. Über 80 Lernende haben mittlerweile das Qualifikationsverfahren mit Erfolg bestanden.

Nur was sich ändert, bleibt, so hat sich das ganze Ausbildungswesen in den «letzten 25 Jahren markant verändert und verbessert. Neue Ausbildungsprogramme wurden entwickelt, neues Lehrmaterial erstellt und das Mittelschul- und Berufsbildungsamt hat ebenfalls Reformen erhalten. Es ist eine grosse Herausforderung, all diese Komponenten zu vereinen und zu wissen, was man wie und wo im Ausbildungsbereich der Hotellerie anwenden und weitergeben muss. Wenn die Schweizer Hotellerie auch in Zukunft Erfolg haben will, geht dies nur über eine Topausbildung von jungen Berufsleuten. Es ist gut zu wissen, dass hotellerieuisse hier immer an vorderster Front mitarbeitet.

Immer auf der Suche nach Neuem und nach spannenden Informationen sprang mir das Angebot vom Berufsbildnerkurs «Learning by Doing» sofort ins Auge: sechs Modultage, verteilt auf fünf Monate, mit allen notwendigen Informationen über Lehrlingsausbildung von Refas und Hofas. Spontan habe ich mich für die Weiterbildung angemeldet. Und da wurde tatsächlich nicht zu viel versprochen – meine Erwartungen wurden bei weitem übertroffen. Jeder der Ausbildungstage stand unter einem anderen Thema. Der Anlass wurde auch durch das Mittelschul- und Berufsbildungsamt unterstützt. Schon bei der ersten Begegnung mit den anderen Teilnehmerinnen merkten wir, wie gut unsere zusammengewürfelte Gruppe aus

Kadermitarbeiterinnen und Betriebsleiterinnen aus Stadt und Land funktionierte. Unter der professionellen Leitung von Claudia Wagner erlebten wir abwechslungsreiche, interessante, intensive und lehrreiche Tage unter gleich gesinnten Berufsleuten. Da wurde heftig diskutiert, Erfahrungen ausgetauscht, Entscheidungen in Frage gestellt, neue Erkenntnisse vermittelt und alles Wissenswerte, auch in schriftlicher Form, an uns weitergegeben. Alle Details wurden informativ und praxisnah vermittelt.

Mir persönlich hat die aktive Mitarbeit am Unterricht gefallen. Der Abschlussstag an der Hotelfachschule in Thun war das Tüpfelchen auf dem i. In Kleingruppen von zwei bis drei Personen wurden die einzelnen Themen der Modultage noch einmal repetiert und dann auch spannend und persönlich interpretiert. Im Anschluss an die Führung durch die Räumlichkeiten der Hotelfachschule offerierte uns hotellerieuisse einen Apéro und überreichte uns das Diplom des Kurses. Ein herzliches Dankeschön an alle, die an der Vorbereitung und Ausführung beteiligt waren. Der Besuch dieses Kurses hat sich für mich vollumfänglich gelohnt.



Käthi Loretan
Hoteldirektorin
Hotel Adler, Adeldom

AGENDA

18.-19. FEBRUAR

«Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus – Stufe I», von hotellerieuisse, Hotel Cascada, Luzern
www.hotellerieuisse.ch/Kurse

14. FEBRUAR

«Input: Professioneller Umgang mit Hotelbewertungen», von hotellerieuisse, Dorint, Messe Basel
www.hotellerieuisse.ch/Kurse

21. FEBRUAR

«KOPAS – Kontaktperson für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Gastgewerbe», von

hotellerieuisse, im Seminarhotel Sempachersee, Nottwil
www.hotellerieuisse.ch/Kurse

5. MÄRZ

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

9. MÄRZ

«QV-Vorbereitungstag», vom Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft, Liestal
www.hotelgastrounion.ch

18. MÄRZ

«Wein und Schokolade», vom Berufsverband Restauration, Zürich
www.hotelgastrounion.ch

20. MÄRZ

«Microsoft Office Kompakt», vom Berufsverband Hotel-Administration Management, Luzern
www.hotelgastrounion.ch

20. MÄRZ

«Fachtagung Diätetik», vom Schweizer Kochverband, Luzern
www.hotelgastrounion.ch



Mit Spezialisten Erfolgspotenziale erschliessen und ausschöpfen

Für Ihren unternehmerischen Erfolg – unser gemeinsames Beraternetzwerk

Alle Netzwerkpartner unter:
www.hotellerieuisse.ch/beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotellerieuisse
Swiss Hotel Association

ARBEITSSICHERHEIT

Jährlich ereignen sich in unserer Branche über 13.000 Berufsunfälle. Die Kosten bei den Versicherungen belaufen sich auf über 41 Millionen Schweizer Franken. Dazu kommen hohe Kosten für Ausfalltage, Ersatzpersonal und Entschädigungen für Überstunden. Deshalb gibt «Profil» jede Woche Tipps zur Unfallverhütung.

Entsorgung, Reinigungsboys, Container, Sammelbehälter und Abfallverdichter
Gefährdung:

- Finger einklemmen oder quetschen, Schnitt- und Stichverletzungen
- Brandgefahr durch Selbstentzündung

Mögliche Massnahmen:

- Schutzeinrichtungen nicht entfernen
- Schutzhandschuhe tragen
- Abfalltrennung vornehmen
- Keine glimmenden Abfälle in brennbare Behälter kippen
- Mitarbeitende instruieren

Die Tipps fürs Gastgewerbe stammen aus der Broschüre «Unfall – kein Zufall», Herausgegeben von der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS. Die Broschüre kann gratis heruntergeladen werden unter: www.ekas.admin.ch

50 PLUS: MIT ERFAHRUNGS- WISSEN PUNKTEN

Im Durchschnitt sind die Erwerbstätigen der Schweiz 49 Jahre alt (www.bfs.ch). Dennoch ist für viele Mitarbeitende über 50 die Stellensuche ein hartes Pflaster. So wird es etwas einfacher.

Ältere Mitarbeitende haben eine grosse Chance: nämlich ihren Erfahrungsschatz. Und diesen gilt es, bei der Bewerbung auszuspielen. Sie sind verstärkt gefordert, den Bedarf potenzieller zukünftiger Arbeitgeber genau zu recherchieren und den Mehrwert ihres beruflichen Profils, im Besonderen ihrer Erfahrung für die Herausforderungen des Unternehmens aufzuzeigen. Hier einige Denkanstösse zu möglichen Erfahrungen.

Umfangreiche einschlägige Branchen- und Marktkenntnisse

Kennen Sie die Chancen, Herausforderungen, Schwierigkeiten und Risiken Ihrer Branche sowie Aufgaben und wissen, diese erfolgreich zu meistern?

Haben Sie bereits mehrere Wirtschaftslagen miterlebt und bewiesen, dass Sie die aktuelle Lage realistisch einschätzen und nachhaltige, angepasste Lösungen eruiieren und umsetzen können?

Erfahrungswissen, Fachkompetenz, Leistungen, Erfolge

Weisen Sie reichhaltiges, aktuelles, einschlägiges Know-how sowie erprobte Praxiserfahrung auf?

Können Sie nachweisliche Leistungen und Erfolge bieten, die Sie auch bei nächsten Arbeitgebern einbringen werden? Welche? Sind diese u. a. in Arbeitszeugnissen belegt und machen Sie einschätzbar?

Wo haben Sie aufgrund Ihres Erfahrungswissens rasche, sichere, für das Unternehmen

tragfähige Entscheidungen getroffen, die alle relevanten Faktoren berücksichtigten?

MÖGLICHE VORTEILE

Restauration: Gäste wissen es zu schätzen, wenn sie von erfahrenen «Verkäufern» mit höflichem Umgang beraten werden. Sie gehen auf ihre Gäste ein und haben sich ein entsprechendes Fachwissen erarbeitet. Zufriedene Gäste kommen immer wieder.

Administration/Réception: Erfahrene Mitarbeitende haben trotz aller Hektik die Termine im Griff. Sie bewahren in Stresssituationen die Übersicht. Erfahrene Buchhalter behalten den Überblick über Zahlen, Konten und Rechnungen.

Köche: Langjährige Köche haben in vielen Betrieben gearbeitet, kennen vieles aus dem Effeff und lassen sich bei Stress weniger schnell aus der Ruhe bringen.

In einer schnellebigen und dynamischen Umwelt sind Betriebe gut beraten, wenn sie Erfahrungswissen, Nachhaltigkeit und langfristiges Denken bei der Rekrutierung hoch bewerten. Bringen Sie diese Verkaufsargumente so zur Geltung, dass Ihre potenziellen Arbeitgeber sie auch erkennen und schätzen? Wenn sich 50-Mitarbeitende ihrer speziellen Stärken bewusst sind, befinden sie sich selten in direkter Konkurrenz mit Jüngeren.

Mario Gsell

Quelle: New Placement GmbH, Bildungsinstitut und Kompetenzzentrum für Bewerbungsprozesse, 8048 Zürich

BUCHTIPP

KOMPETENZ HILFT, KONFLIKTE ZU VERMEIDEN

Viele Arbeitskonflikte entstehen nicht aus bösem Willen der Beteiligten, sondern aus Unachtsamkeit oder Unwissenheit. Wer beispielsweise darüber Bescheid weiss, welche Punkte er im Vertrag ausdrücklich regeln sollte, kann spätere Konflikte am Arbeitsplatz vermeiden. Und wer im Streitfall seine Rechte kennt, weiss auch, wie er sich im Falle eines Falles verhalten muss.

Das notwendige Wissen vermittelt dieser Ratgeber. Vier kompetente Rechtsanwälte aus Aarau, Basel und Zürich kennen nach über 20 Jahren Erfahrung im Arbeitsrecht die Punkte, auf die es ankommt. Ihre Tipps sind mit Fallbeispielen illustriert und mit Musterbriefen ergänzt. Natürlich ist der Ratgeber allgemein abgefasst und berücksichtigt Abmachungen im L-GAV nicht. Trotzdem ist das Buch mit Beispielen von der Bewerbung bis zum Arbeitszeugnis sowohl für Mitarbeiter wie Chefs ein wertvoller Ratgeber. Er ist aufgeteilt in zehn übersichtliche Kapitel. Am Schluss hat es, wie üblich bei den Saldo-Ratgebern, nützliche Adressen.



«Arbeitsrecht: Was Angestellte wissen müssen», Saldo-Ratgeber von Thomas Gabathuler, René Schuhmacher, Hanspeter Thür und Hans Ulrich Stauffer
ISBN 978-3-907955-41-1
CHF 32.00

AUS- UND WEITERBILDUNG

Das Intensivseminar
GASTROSUISSE
NEU
Der Schweizer Spirituosen-Sommelier®
Die Welt der Edelbrände kennen, verstehen und verkaufen können.
Mit international anerkanntem Zertifikat WSET® Level 2
Termine Kursbeginn: Sonntag, 17. Dezember 2012
Weitere Informationen
GastroSuisse
Helmstrasse 20, 8346 Zuzwil
Tel. 0548 977 111 www.gastrouisse.ch

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement
Der Weg zum Ziel...
www.hotelleriesuisse.ch/nds
Infos/Anmeldung, Tel. +41 (0)31 370 43 01
weiterbildung@hotelleriesuisse.ch
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

KADER

Hammer & Hammer
CONSULTING & COACHING
Für ein renommiertes Speiserestaurant in der Stadt Zürich suche ich eine Persönlichkeit als Gastgeber/in (Leiter Restaurant und Mitglied der Geschäftsleitung)
Der lebhafteste und sehr gut frequentierte Betrieb steht für eine authentische schweizerische Gastgeberkultur. Ein beliebter Treffpunkt für Gäste aller Schichten, Generationen und Nationen.
Die Gastgeberfunktion beinhaltet neben dem kompetenten Empfang und der Platzierung der Gäste auch die Gästebetreuung und die Mithilfe im Service. Gleichzeitig liegt die Verantwortung für das Reservationswesen, die Serviceüberwachung, die Mitarbeiterausbildung und Einsatzplanung in diesem Aufgabenbereich. Als Mitglied der Geschäftsleitung sind Sie für die laufende Weiterentwicklung und die Qualitätssicherung mitverantwortlich.
Sie bringen fundierte fachliche Kenntnisse im Gastronomiebereich mit, haben eine abgeschlossene gastronomische Grundausbildung und idealerweise einen Hotelfachschulabschluss und weisen bereits einige Jahre Führungserfahrung in ähnlicher Funktion aus.
Sie sind eine frontorientierte Fachperson und ein/e talentierte/r, verkaufsgewandte/r Gastgeber/in, welche/r sich mit Freude und grossem Engagement für das Wohl der Gäste einsetzen will. Sie führen ca. 35 Mitarbeitende team- und zielorientiert, sind belastbar und motiviert, in einem zeitweise etwas hektischen, gut organisierten Betrieb unterstützend mitzuwirken. Muttersprache Deutsch, konversationsfähig in Englisch und weiteren Sprachen.
Eintritt: nach Übereinkunft
Schriftliche Bewerbungen richten Sie bitte an:
Gabriela A. Hammer
Hammer & Hammer Consulting & Coaching
Postfach 3057
8022 Zürich

MÖVENPICK
Wein
Mövenpick Wein sucht per sofort oder nach Vereinbarung für die Leitung des attraktiven Gastronomiebetriebes im Herzen von Zürich eine/n jüngere/n
Geschäftsführer/in 100% (m/w)
Die Mövenpick-Wein-Bar und das 20/20 Restaurant by Mövenpick Wein haben sich in kürzester Zeit zu einem In-Place entwickelt und sind ein echter Treffpunkt für Weinliebhaberinnen und Weinliebhaber mit gehobenem Anspruch. Das Angebot umfasst die 250 beliebtesten Weine aus dem Sortiment von Mövenpick. Neben diesem Angebot erwartet die Gäste in der Wein-Bar auch eine Speisekarte mit wechselndem Mittagsmenü. Im 1. Stock werden die Gäste im 20/20 Restaurant by Mövenpick Wein, ausgezeichnet mit 14 Gault-Millau-Punkten, von der erstklassigen Küchenchefin mit einer Auswahl an saisonalen, ausschliesslich frisch zubereiteten Gerichten, in kulinarischem Hochgenuss und in entspannter Atmosphäre verwöhnt. Das reichhaltige Angebot bietet Kreationen vom gehobenen Apéro Riche bis zum Gourmet-Menü und wird für geschäftliche und private Events genutzt.
In dieser abwechslungsreichen und interessanten Führungsfunktion leiten Sie ein Team von bis zu 20 Mitarbeiter/innen, stellen reibungslose Betriebsabläufe sicher und gewährleisten einen konstant hohen Standard. Als Top-Gastgeber/in pflegen Sie engen Kontakt zu unseren anspruchsvollen Gästen und erfüllen Ihnen jeden Wunsch. Sie repräsentieren das Image und Ansehen und prägen die gepflegte Kultur mit Ihrer charmanter und überzeugenden Persönlichkeit.
Sie haben eine abgeschlossene Aus- und Weiterbildung im Gastgewerbe und konnten Ihre Fähigkeiten und Kenntnisse bereits in einem ähnlichen Umfeld der gehobenen Gastronomie einsetzen. Ihre Stärken liegen in sehr guten organisatorischen und kommunikativen Fähigkeiten sowie hervorragenden Umgangsformen. Als erfahrene Führungsperson sind Sie Vorbild und überzeugt, dass nur das Team als Ganzes ausgezeichnete Leistungen erbringen kann. Auch in hektischen Zeiten sind Sie perfekte/r Gastgeber/in und behalten jederzeit den Überblick. Wein und Kulinarik bereiten Ihnen Freude, und es macht Ihnen Spass, Ihr Wissen weiter auszubauen. Sie beherrschen die deutsche Sprache in Wort und Schrift und verfügen über gute mündliche Englischkenntnisse. Jede weitere Fremdsprache ist von Vorteil.
Es erwartet Sie ein aufgestelltes und gut eingespieltes Team, eine optimale Einführung in Ihre Aufgabe sowie viel Eigenverantwortung. Zudem geniessen Sie zielorientierte, fachtechnische Weiterbildungsmöglichkeiten sowie attraktive Anstellungsbedingungen mit einer Arbeitswoche von Montag bis Samstag.
Interessiert Sie diese spannende Herausforderung? Dann freut sich Theres Hewawasam auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.
Mövenpick Wein AG
Theres Hewawasam
Human Resources
Oberneuhofstrasse 12
6340 Baar
theres.hewawasam@moevenpick.com
www.moevenpick-wein.com

Führendes Boutique-Hotel am Ort – Spitzenküche – Internationales Publikum

Highlights sind die unübertroffene Lage und die in jeder Hinsicht **beeindruckende Infrastruktur** des umsichtig geführten, legendären Spitzenbetriebes in einer der angesagtesten, weltbekanntesten, grossen Premium Resort Destinationen der Deutschschweiz. Dank grosszügiger Investitionen und gelungener Komplettrenovierung ist alles auf dem neuesten Stand. In Sachen Kulinarik geht die Vision in Richtung frisch, auf höchstem Niveau und innovativ, dem Zeitalter entsprechend.

Traumjob für Küchenprofs mit dem Auge fürs Detail, die gerne selber Hand mit anlegen wollen; ja sogar müssen; die mit saisonalen Spitzen genauso gut umgehen können, wie mit dem herausfordernden Mix aus à la carte-Gerichten, Bankett-Geschäft und Menü-Kompositionen für Feriengäste. Mit einem gut eingespielten Management-Team aus der internationalen **Luxushotellerie** werden Sie das Unternehmen gemeinsam weiterbringen und fit machen für eine spannende Zukunft.

**Executive Sous-chef mit direkt unterstelltem Team
als Stv. des Küchendirektors**

Als organisatorisch starke Executive Chef-Stv.-Persönlichkeit beschreiben Sie mit uns neue Wege, leiten eine Crew von bis zu ca. **20 Mitarbeitenden** direkt und werden für mehrere F & B-Outlets produzieren. In einer exklusiven lebendigen Umgebung – als Stellvertreter eines der bekanntesten und besten Kochkünstler der Schweiz – werden Sie für Feriengäste, Seminarteilnehmer, wichtige Persönlichkeiten des täglichen Lebens und internationaler Prominenz verführerische Kreationen arrangieren.

Fachlich versierte, jüngere Sous-Chefs mit entsprechenden Leistungsausweisen informieren wir gerne über die Vorteile, die mit dieser **attraktiven Kaderposition** verbunden sind. Damen heissen wir übrigens auch herzlich willkommen! Angedachter Eintrittstermin: Anfangs Juni oder nach Vereinbarung. Wann hören wir von Ihnen? Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen. Idealerweise vorab CV/Foto elektronisch einsenden oder ganz einfach anrufen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00 · Fax +41 44 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

25384-9697

Legendäres, führendes Boutique-Hotel – kulinarische Gipfelerlebnisse

Gastfreundschaft auf oberstem Level zelebrieren. Durch innovative F & B-Angebote Mehrwert für Kunden generieren. Die **Wettbewerbsvorteile** eines legendären Hotels – es zählt zu den am Ort und im Kanton führenden Hotelbetrieben im Topsegment – optimal nutzen. Verantwortung für mehrere Restaurants, F & B-Outlets und Banqueting übernehmen. Im Team hochgesteckte Ziele erreichen – Sind das Herausforderungen für Sie? Dann heissen wir Sie bei unserem Auftraggeber – ein Blue Chip der Branche – herzlich willkommen.

Hervorragende Dienstleistungen, **hoher Bekanntheitsgrad** und eine perfekte Infrastruktur dank namhafter Investitionen und Komplettrenovierung haben dem Unternehmen einen ganz besonderen Stellenwert im Markt verschafft. Standort: An einzigartiger Lage in einer der angesagtesten, weltbekanntesten, grossen Top Resort Destinationen der Deutschschweiz. Als überzeugender Gastgeber und Organisator mit Gespür und klarem Führungsstil tragen Sie aktiv dazu bei, den anspruchsvollen Performance-, Quality- & Standards-Vorgaben zum Durchbruch zu verhelfen.

Vizedirektor/in

EAM i/c Food & Beverage, Events, Meeting & Conference

Für diese spannende Executive Position benötigen Sie Erfahrung als F & B Manager, EAM oder Direktionsassistent i/c of F & B verbunden mit Praxis aus dem gehobenen Conference-, Banqueting- & Eventbereich. Sie kennen die Kundenbedürfnisse und Kennzahlen namhafter Häuser à fonds und haben Erfahrung in Sachen **Führung mehrerer Teams** bzw. starker Department Heads. Rhetorisch sind Sie fit und kommunizieren brillant auf allen Ebenen.

Sie sind selbstbewusst, abgeklärt, und sehen eine an Sie gestellte hohe Erwartungshaltung als Steigbügel zum Erfolg. Auf den Punkt gebracht: **Sie sind der Profi** und suchen die ultimative Herausforderung! Wenn Sie das Umfeld eines Spitzenbetriebes anspricht, wo sich Familien, Sportler, Business-Clientel und internationale High-Society gleichermaßen wohlfühlen und Sie einen gehörigen Touch «Swissness» mitbringen, sollten wir uns unbedingt kennen lernen. Für den Erstkontakt reicht uns Ihr Lebenslauf mit Foto via Mail oder Ihr Anruf.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants

Überlandstr. 103 · 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 802 12 00 · Fax +41 44 802 12 01
www.schaeferpartner.ch
ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch

25385-9698

Italia & amore sucht ab sofort

3 Aussendienstmitarbeiter mit Leib und Seele

für die Zentralschweiz, für Graubünden/Engadin und für die französisch sprechende Schweiz. Sie lieben Wein und gutes Essen? Zudem haben Sie Verkaufstalent, ausgezeichnete Lebensmittelkenntnisse, haben bevorzugt als Koch gearbeitet, scheuen sich nicht, neue Türen zu öffnen, denken und handeln selbstständig, kunden- und serviceorientiert und sind flexibel hinsichtlich der Arbeitszeit? Dann helfen wir Ihnen, Ihr Talent richtig einzusetzen.

Um handwerklich hergestellte Lebensmittel und unsere Weine aus Italien nach unserem grandiosen Start noch bekannter zu machen, suchen wir dringend Aussendienstmitarbeiter mit Affinität zu unseren Produkten. Für Firmenwagen und eine Spitzenentlohnung ist gesorgt.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:

Fine Wine Trade AG, Mühlebühl 7, 9100 Herisau, info@italiaamore.it
Telefon 071 351 76 76

25379-9697

Die F. Tobler AG ist ein Organisator für Feste/Events aller Art. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

Projektleiter/Koch, 100%

Wir erwarten eine flexible, motivierte und verantwortungsbewusste Person mit abgeschlossener Kochlehre und mehrjähriger Berufserfahrung (von Vorteil im Bankett-/Cateringbereich).

Sie arbeiten eng mit der Geschäftsleitung zusammen und unterstützen sie in der Akquisition, Organisation und Durchführung von Catering- und Eventprojekten.

Wenn Sie sich zudem durch eine zuverlässige Arbeitsweise, Teamfähigkeit sowie hohe Belastbarkeit auszeichnen, dann sind Sie die richtige Person für diese abwechslungsreiche und interessante Stelle.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

F. Tobler AG

Christoph Tobler
Eichbühl 14
6246 Altishofen
Tel. 062 756 62 10
info@festportal.ch

25381-9696



WALDMANNSBURG
entdecken · feiern · geniessen

Wir suchen per Mitte März

Restaurationsfachfrau/mann 100%

Wir pflegen eine **klassische, kreative Küche** und zelebrieren das Arbeiten mit und auch vor dem Gast. Unsere umfassende Weinkarte bietet Ihnen viele Möglichkeiten, unsere Gäste so richtig zu verwöhnen.

Sie besitzen einen Abschluss als Refa oder eine vergleichbare Ausbildung, verfügen über gute Umgangsformen, sind teamfähig und haben Freude an Ihrem Beruf.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:

Fabian Aegerter
Schloss-Strasse 84, 8400 Dübendorf
Telefon 043 355 10 00
info@waldmannsburg.ch

25383-9696

UPK Universitäre
Psychiatrische Kliniken
Basel

**LEITUNG HAUSWIRTSCHAFT 100%
BETRIEB / HOTELLERIE / RAUMSERVICE**

Die Universitären Psychiatrischen Kliniken Basel erfüllen mit rund 1000 Mitarbeitenden anspruchsvolle Aufgaben in der psychiatrischen Versorgung und Ausbildung sowie der universitären Lehre und Forschung.

Für den Bereich Reinigung/Hauswirtschaft suchen wir nach Vereinbarung eine Leitung Hauswirtschaft 100%. In dieser Funktion sind Sie direkt dem Leiter Hotellerie unterstellt und für die Führung von rund 50 Mitarbeitenden und ihren Gruppenleitungen verantwortlich.

Hohe Qualitäts- und Hygienestandards in sämtlichen Räumen der Kliniken und eine ausgeprägte Servicekultur sind für uns von zentraler Bedeutung und tragen dazu bei, den Aufenthalt unserer Patientinnen und Patienten so angenehm wie möglich zu gestalten.

Als Leitung Hauswirtschaft tragen Sie die personelle, fachliche und finanzielle Gesamtverantwortung für den Bereich Raumservice/Hauswirtschaft, der die Abteilungen Unterhaltsreinigung, Spezial- und Küchenreinigung sowie die Geschirrwaschanlage umfasst. In diesen Gebieten sind Sie zuständig für die Standardisierung und kontinuierliche Verbesserung der Prozesse und Dienstleistungen und gewährleisten die fachgerechte Reinigung und werterhaltende Pflege sämtlicher Gebäude. Des Weiteren sind Sie zuständig für die Vergabe, Koordination und Qualitätssicherung von hauswirtschaftlichen Fremdleistungen. Sie stellen Budgetierung, Kostenkontrolle, Leistungserfassung und -verrechnung in Ihrem Verantwortungsbereich sicher. Im Rahmen Ihrer Führungsverantwortung sorgen Sie für die laufende Förderung und Ausbildung der Mitarbeitenden und der Lernenden und stellen die Personaladministration sicher.

SIE VERFÜGEN über eine Grundbildung und eine Weiterbildung (Berufsprüfung, höhere Fachprüfung) in den Bereichen Hotellerie oder Hauswirtschaft/Reinigung oder Äquivalentes sowie über 3 bis 5 Jahre Erfahrung in vergleichbarer Funktion in einem grösseren Unternehmen. Als kommunikative, zielorientierte und durchsetzungsstarke Persönlichkeit verstehen Sie es, Ihr Team verantwortungsbewusst zu führen und mit Begeisterung zu motivieren. Wenn Sie Ihr Organisationstalent kombiniert mit Sozialkompetenz und dem Blick fürs Detail in diese vielfältige Funktion einbringen möchten, würden wir Sie gerne persönlich kennen lernen.

WIR BIETEN Ihnen eine herausfordernde und interessante Tätigkeit in einem lebhaften Betriebsumfeld. Die Anstellungsbedingungen orientieren sich an den kantonalen Richtlinien. Bei Bedarf unterstützt Sie unsere Abteilung Personal bei der Suche nach einem Kinderkrippenplatz.

Für Fragen und weitere Auskünfte steht Ihnen unser Leiter Hotellerie, Herr Jona Bock, Telefon +41 61 325 52 82, zur Verfügung.

> **WIR BEVORZUGEN** Ihre Online-Bewerbung.

Universitäre Psychiatrische Kliniken Basel

Wilhelm-Klein-Strasse 27 | CH-4012 Basel | Tel. +41 61 325 51 11
Fax +41 61 325 52 58 | info@upkbs.ch | www.upkbs.ch

25377-9696

**Belvédère Hotels Scuol – eine starke Gemeinschaft**

Hotel Belvédère: Das traditionsreiche, lebendige 4-Sterne-Superior-Hotel mit SPA Vita Nova. Romantik & Boutique-Hotel GuardaVal: Ein 4-Sterne-Boutique-Hotel mit Gourmetrestaurant (GM). Badehotel Belvoir: Das 3-Sterne-Badehotel direkt beim Engadiner Bad Scuol mit thailändischem Restaurant Nam Thai.

Silvia und Heribert Dietrich haben das Romantik & Boutique-Hotel GuardaVal seit dem Kauf im 2008 erfolgreich positioniert und mit grossem Engagement geführt. Sie übernehmen im Sommer 2013 eine neue berufliche Herausforderung.

Nun suchen wir für das **Romantik & Boutique-Hotel GuardaVal** per 1. Juni 2013 oder nach Vereinbarung einen/eine

Direktor/in oder Direktion

Für diese Gastgeber Tätigkeit benötigen Sie den Abschluss einer Hotelfachschule und eine fundierte Führungsausbildung. Sie haben bereits erste Führungserfahrungen in der gepflegten, gehobenen Hotellerie gesammelt und sind bereit für den Sprung nach oben. Sie denken und handeln gast- und mitarbeiterorientiert und sind handlungs- und entscheidungssicher. Sie sind mindestens 28 Jahre jung, flexibel einsetzbar, belastbar und wenn möglich vertraut mit ISO-Standards oder Q-Systemen. Ausgeprägte betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie gute Computer- und Fremdsprachenkenntnisse runden Ihr Profil ab.

Sie übernehmen nach einer intensiven Einführungsphase die Gesamtverantwortung für das GuardaVal und arbeiten eng mit der restlichen Hotelgruppe zusammen. Als frontorientierte und sozialkompetente Gastgeberpersönlichkeit(en) führen und motivieren Sie rund 30 Mitarbeitende. Sie bringen sich aktiv bei Projektaufgaben innerhalb der Belvédère-Gruppe ein und pflegen die Zusammenarbeit mit Einheimischen und Tourismusorganisationen.

Für Ihre/n Partner/in, welche/r evtl. nicht im gleichen Betrieb arbeiten möchte oder kann, bieten wir auf Wunsch interessante Voll- oder Teilzeitanstellungen innerhalb der Hotelgruppe. Denkbar ist auch, dass ein Direktionspaar (z. B. Frau als Direktorin und Mann als Küchenchef) die Leitung des GuardaVals übernimmt.

Sind Sie bereit, einen überdurchschnittlichen Einsatz für dieses innovative und vielseitige Familienunternehmen und seine Gäste zu leisten? Dann senden Sie bitte Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Motivationsschreiben und Foto per Post an das Beratungsunternehmen Fravi & Fravi AG, Lianne Fravi, Riedstrasse 8, 8908 Hedingen, www.fraviundfravi.ch.



Nähere Infos zu den Hotels finden Sie unter
www.guardaval-scuol.ch und www.belvedere-hotels.ch

25385-9694

hoteljob.ch ist mehr als nur eine Stellenplattform!



SERVICE / RESTAURATION

Alle
Jobangebote



258

Lehrstellen/
Praktikum



920

Bewerber-
profile



Kursagenda

Aus- und
Weiterbildungsprofile

Jobangebote

News

Ratgeber

Weiterbildung

Lehrstellen

Karrietipps

Kurse

Berufsportraits

Veranstaltungen

Bewerberdossiers

hoteljob.ch



Wir sind Markt- und Innovationsführer im Bereich gedeckter Tisch für die Gastronomie und die Spezialisten für Speiseverteilungssysteme (Grossküchenlogistik für Spitäler, Heime und Bankette).

Unser langjähriger Vertreter für die Ostschweiz und Graubünden nimmt eine neue Herausforderung an. Wir suchen deshalb eine engagierte und kontaktfreudige Persönlichkeit als

Verkaufsprofi im Aussendienst

Ihre Aufgaben

- Beratung und Verkauf für unser Sortiment an einen bedeutenden bestehenden Kundenkreis
- Neukundengewinnung durch überzeugende Präsentation unseres Dienstleistungspaketes
- Mitwirkung bei der ständigen Qualitätssteigerung unserer Produktangebote und Serviceleistungen
- Sicherstellung des Informationsflusses der Marktvorkommnisse an den Innendienst

Was Sie mitbringen

- Gastronomische Grundausbildung sowie nachweisbare Verkaufserfolge im Aussendienst
- Volle Reisebereitschaft über die ganze Woche
- Hohe Affinität zur Gastronomiebranche in ihrer ganzen Bandbreite
- Effizienter, teamorientierter Arbeitsstil sowie Verhandlungsgeschick und Abschlussstärke

Was bieten wir Ihnen

- Sorgfältige Einarbeitung und Integrierung in ein motiviertes Team
- Selbständiger Verantwortungsbereich in einem wachsenden Umfeld
- Einen Innendienst, der fast das gesamte Backoffice für Sie erledigt
- Langzeitperspektive in einem bekannten Traditionsunternehmen mit klaren Führungsstrukturen und überschaubaren Organisationsprozessen

Mit Interesse erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen. Selbstverständlich sichern wir Ihnen volle Diskretion zu.

Berndorf Luzern AG
Frau Rebekka Beerli
Industriestrasse 15
6203 Sempach Station
rebecka.beerli@berndorf.ch
www.berndorf.ch

Gesucht: Bademantel Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotellerieuisse

25290-9800



DRÜDER & DRÜDER

"Aufstrebender Betrieb sucht Verstärkung in der Küche"

Sie kochen mit Leidenschaft, Sie freuen sich auf eine marktfrische Küche, Sie arbeiten gerne in einem kleinen jungen Team? Wenn Sie immer noch am lesen sind, dann könnten Sie als

Chef de Partie m/w
Jungkoch m/w

die erhoffte Verstärkung sein im neu eröffneten **Restaurant Drüder & Drüder** in Hedingen. Sie haben die Chance beim Umsetzen eines erfolgreichen Konzeptes aktiv mitzuwirken. Eintrittsdatum per 01. März 2013

Interessiert? Rufen Sie uns an (Tel. 044 761 61 15, Frau Elsi Imhof) oder schreiben Sie an:

info@drüderunddrüder.ch oder
Restaurant Drüder & Drüder
Affolternstrasse 5 • 8908 Hedingen

25298-9653



ST. MORITZ

Wir sind eine gut etablierte Privatklinik für Orthopädie und Unfallchirurgie an den Standorten St. Moritz und Chur. An den lebhaften Empfang unserer Privatklinik in St. Moritz mit viel internationaler Kundschaft suchen wir per 1. April 2013 oder nach Vereinbarung eine/n

Réceptionist/in 80–100%

Ihr Aufgabengebiet umfasst die Patientenaufnahme, Bedienung der Telefonzentrale, Terminvergabe sowie allgemeine Sekretariats- und Administrationsaufgaben.

Einer/einem belastbaren und flexiblen Mitarbeiter/in bieten wir eine abwechslungsreiche, interessante Arbeitsstelle.

Sie haben bereits Erfahrung im Gesundheitswesen (bspw. als MPA) oder in der Hotelbranche, treten freundlich und zuvorkommend auf, sind teamfähig und behalten den Überblick auch in hektischen Situationen. Sie sind offen für Neues und bereit, unregelmässige Arbeitseinsätze zu leisten. Mit dem PC wissen Sie routiniert umzugehen und bringen mündliche Sprachkenntnisse in (D)/E/F mit.

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Frau Luciana Codiferno, Chef de Réception, unter Telefon 081 836 34 34.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen:

Klinik Gut St. Moritz AG
Manuela Gadiant
Via Arona 34
7500 St. Moritz
m.gadiant@klinik-gut.ch
www.klinik-gut.ch

Member of
THE SWISS
LEADING
HOSPITALS
Best in class.

25330-9670



GRINDELWALD

Das Hotel Kreuz und Post steht für Qualität und exzellenten Service.

Wir suchen ab 15. Mai motivierte, bestens ausgebildete, charmante Persönlichkeiten

Oberkellner/in / Chef de Service
Sprachen D/E/F

Serviceangestellte

Koch/Köchin

Entremetier, an selbständiges und hygienisches Arbeiten gewohnt

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Hotel Kreuz & Post, Frau Helena Konzett
3818 Grindelwald
Telefon 033 854 54 92/info@kruz-post.ch

25391-9702



Am Rande von Weesen, nur ein paar Minuten ab der Autobahnausfahrt Weesen, direkt am Walensee befindet sich der «Flyhof». Gelegen in einem historischen und denkmalgeschützten Haus, umgeben von Seenlandschaften und Bergwäldern, bietet der «Flyhof» den perfekten Ort für eine kurze Auszeit vom Alltag.

Für diesen aussergewöhnlichen Betrieb mit den verschiedenen Holzstuben und gemütlichen Gästezimmern mit privatem Badestrand, dem idyllischen Garten und Trottenhändler mit offenem Cheminée suchen wir auf Anfang März 2013 oder nach Vereinbarung folgende Mitarbeiter:

Küche: Chef de Partie w/m 100%
Hilfskoch/Office w/m 100%
Allrounder/Office w/m Teilzeit (40 bis 80%)

Service: Servicemitarbeiter w/m 100%
Servicemitarbeiter w/m Teilzeit (Pensum 20 bis 80%)

Etage: Housekeeping/Lingerie w Teilzeit (Pensum 20 bis 80%)

Es erwartet Sie eine interessante Aufgabe, welche Spass macht und zugleich auch fordert. Wir bieten einen nicht alltäglichen Arbeitsplatz, ein gutes Arbeitsklima in einem jungen und aufgestellten Team sowie zeitgemässe Anstellungsbedingungen mit interessanten Lohnnebenleistungen.

Wollen Sie sich gemeinsam mit uns weiterentwickeln? Dann freuen wir uns auf Ihre komplette und aussagekräftige Bewerbung mit Foto per Post oder E-Mail.

Hotel Restaurant Flyhof
Burkhard Zerlauth
Betliserstrasse 16
8872 Weesen - Fli
Tel. +41 79 618 48 24
b.zerlauth@bluewin.ch

25389-9700

PROFIL

Die Stellen- und Immobilienbörse für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Ein Gemeinschaftsprojekt von
htr hotel revue

**HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG**

HERAUSGEBER

hotellerieuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern
www.hotellerieuisse.ch

Hotel & Gastro Union

Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
www.hotelgastrounion.ch

VERLAGE

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

Hotellerie et Gastronomie Verlag

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

LEITUNG

Barbara König
Philipp Bitzer
Michael Gollong

REDAKTION

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

redaktion@stellenprofil.ch
redaktion@immoprofil.ch

ADMINISTRATION

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

Nicole Kälin

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

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

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

VERKAUF

Angela Di Renzo Costa
Tel. 031 370 42 42
Patricia Nobs Wyss
Tel. 031 370 42 77

Fax 031 370 42 23

inserate@stellenprofil.ch
inserate@immoprofil.ch

PREISE

Stellenanzeigen

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

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

Aus- und Weiterbildung

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

Immobilienanzeigen

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

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

Michael Gollong (Creative-Direction)
Luka Beluhan
Ursula Erni-Leupi
grafilu (Illustrationen)

PRODUKTION

Inserate: htr hotel revue,
Monbijoustrasse 130, 3001 Bern

Redaktion:

Hotellerie et Gastronomie Verlag,
Adligenswilerstrasse 27, 6006 Luzern

Druck: NZZ Print, Zürcherstrasse 39,
8952 Schlieren

KORREKTORAT REDAKTION

Ringier Print Adligenswil AG, 6045
Adligenswil/LU

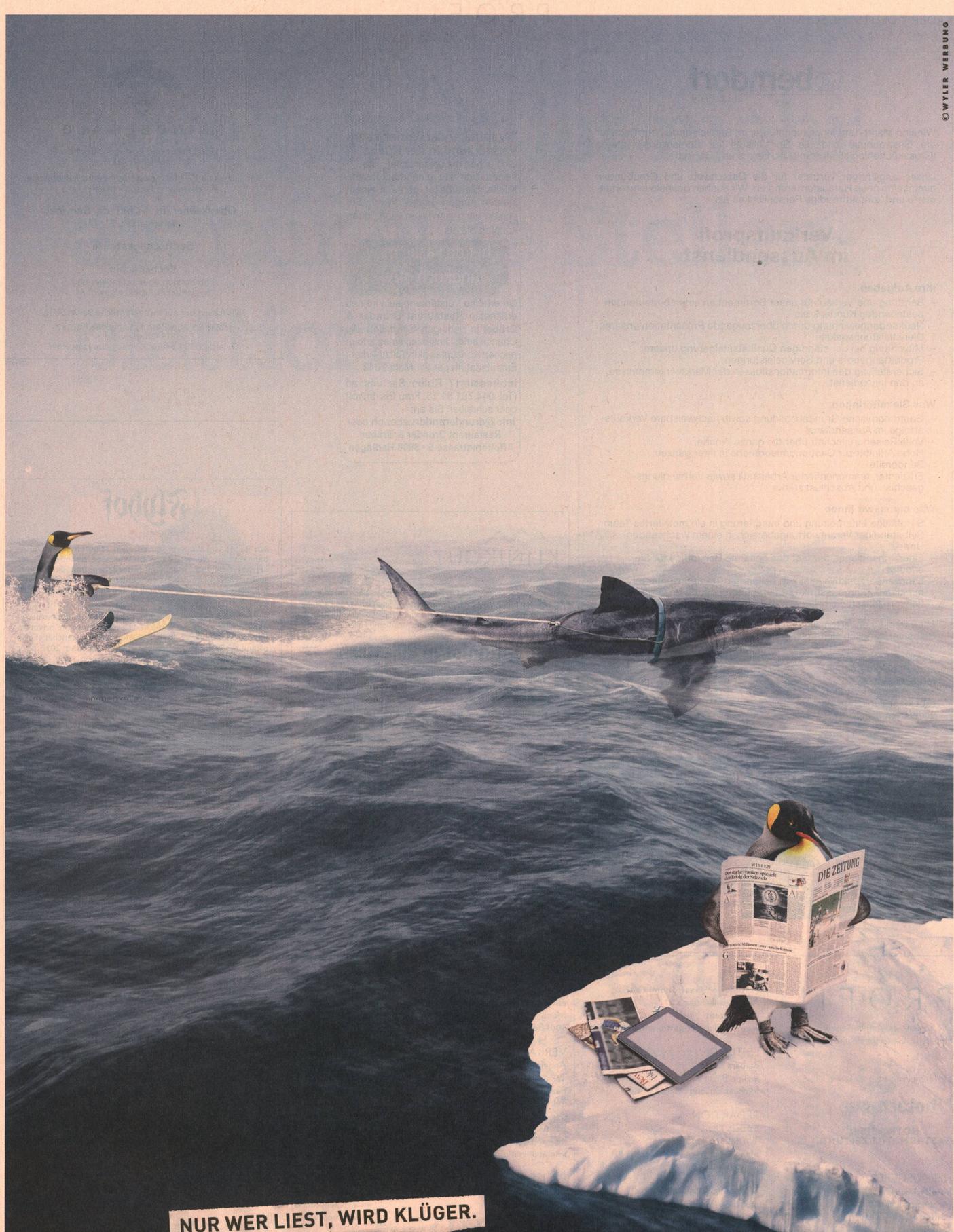
LITHOGRAPHIE

Christian Albrecht, Serum Network,
Habsburgerstrasse 22, 6003 Luzern

GEDRUCKTE AUFLAGE

Reguläre Auflage 40.000 Ex.
Kleinauflage 13.000 Ex. (Ausgaben vom
28.6., 9.8., 23.8., 13.9., 29.11., 13.12.)
Bei Kleinauflagen gelten reduzierte Preise.

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



NUR WER LIEST, WIRD KLÜGER.

Kompetente Journalisten und Journalistinnen schreiben für Sie in Schweizer Zeitungen und Zeitschriften über Aktualitäten und ihre Hintergründe. Damit Sie besser informiert sind und sich eine eigene Meinung bilden können. Bestellen Sie jetzt per Mausclick ein Probeabo Ihrer gewünschten Zeitung oder Zeitschrift und den Tierkalender auf www.presseabo.ch und mit etwas Glück gewinnen Sie CHF 10'000.- in bar oder Einkaufskarten von Coop City im Gesamtwert von CHF 40'000.-. Ihre Schweizer Zeitungen und Zeitschriften.



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

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

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

Servicefachangestellte/r 100 %

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

Das Aufgabengebiet

- Gepflegter Speise- und Getränkeservice
- Etagenservice
- Unterstützung am Buffet

Wir erwarten

- Abgeschlossene Ausbildung als Servicefachperson (oder gleichwertige Ausbildung) mit einigen Jahren Berufserfahrung
- Gutes Fachwissen für einen professionellen Arbeitsablauf
- Idealerweise zwischen 25 und 35 Jahren
- Fremdsprachen sind von Vorteil
- Gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen
- Flexibilität, Belastbarkeit und Selbständigkeit

Wir bieten

- Abwechslungsreiche und selbständige Tätigkeit
- Angenehme Arbeitsbedingungen mit geregelter 42-Stunden-Woche (Abenddienste im Sommer bis 22.00 Uhr / im Winter bis 21.30 Uhr)
- Zeitgemässe Anstellung mit guten Sozialleistungen, u.a. 5 Wochen Ferien
- Verpflegung und Wohnmöglichkeiten sowie gratis Parkplatz stehen zur Verfügung
- Internes Sportangebot mit Trainingsgeräten und Hallenbad zur kostenlosen Benutzung
- Möglichkeit einer professionellen Kinderbetreuung (12 Wo. bis 12 Jahre) im eigenen Kinderhort

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Wir freuen uns auf Ihre komplette, schriftliche Bewerbung per Post an unten stehende Adresse. Für weitere Auskünfte steht Ihnen unser Maître d'hôtel, Herr Uradin unter der Telefonnummer 052 742 11 11 gerne zur Verfügung.

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

THE SWISS
LEADING
HOSPITALS

25363-9694



GRINDELWALD

4*-Hotel Kreuz und Post an privilegierter Lage im Zentrum. À-la-carte-Restaurants, Halbpensionsbereich, Snack-Bar, Wellness.

Wir suchen einen kreativen und kompetenten

Sous Chef/Saucier

mit Aufstiegsmöglichkeit zum Küchenchef

- Fundierte Grundausbildung
- Mehrjährige Erfahrung in der Schweizer Gastronomie
- Verantwortungsbewusst
- Motiviert, mit hohem Qualitätsanspruch

Wir bieten Ihnen ein dynamisches Arbeitsumfeld in Jahresstelle mit Eintritt ab Mitte Mai 2013 oder nach Vereinbarung.

Team: heisst bei uns nicht, toll, ein anderer macht, sondern, Top-Einsatz aller Mitarbeiter!

Bitte senden Sie Ihre aussagekräftigen und vollständigen Bewerbungsunterlagen per Post oder per E-Mail an:

Hotel Kreuz & Post, Frau Helena Konzett
3818 Grindelwald
Telefon 033 854 54 92/info@kreuz-post.ch

25391-8701

SVIZZERA ITALIANA

Ristorante presente in tutte le maggiori guide gastronomiche, nel **Locarnese**, cerca da subito o per data da convenire:

UN/A GIOVANE CAMERIERE/A con alcuni anni d'esperienza, motivato/a, flessibile e solare. Italiano e tedesco parlato (possibilità di posto annuale)

UN/A GIOVANE CUOCO/A Creativo, flessibile e preciso (impiego stagionale)

CAMERIERE/A AD ORE

Candidature con CV e certificati da inviare a Cifra V 024-815794 Publicitas SA, Casella postale 48, 1752 Villars-s/Glâne 1

25253-9631

SUISSE ROMANDE

To join our marketing team as soon as possible, we are searching for a:

Market Manager overseas countries

Responsibilities include:

- Represent and promote Geneva to the Middle Eastern, South American and Russian markets targeting bed night increase through different distribution channels essentially B2B
- Guarantee the promotion of Geneva and grow its positive image by organizing or participating to sales calls, workshops, promotional events, promotional and media actions, etc.
- Organize and participate in selected Switzerland tourism actions
- Generate visits of familiarization trips for TOs and TAs
- Further develop and maintain a network of key partners in the designated markets
- Develop and maintain of the contact network and distribution channels
- Develop and maintain of a high level of knowledge about Geneva as a destination (culture, economics, trends...)

Minimum requirements hard skills:

- Hotel management, travel or marketing degree with a minimum 3 years' experience in tourism promotion/marketing/project management, experience abroad is a plus
- Fluent in English and French (written and oral mandatory), good knowledge of either Arabic, Russian, Spanish or Portuguese is a plus
- Representing skills and willing to travel, flexible about working evenings and week-ends
- Passionate and aware of Middle Eastern, South American and Russian values and cultures
- Unbeatable knowledge about Geneva as a destination (politics, culture, tourism)

Required soft skills:

- Team oriented as well as very comfortable working independently
- Proven ability to build consensus and work effectively within a cross-departmental team
- Excellent communication and interpersonal skills
- Open minded and receptive to different cultures
- Proven ability to manage multiple projects
- Curious, honest, energetic and proactive

Please send us your cover letter, CV and picture before February 15 of 2013 to the following address: rh@geneve-tourisme.ch

GENÈVE
UN MONDE EN SOI®

Genève
Tourisme
& Congrès

25381-9695

www.claraspital.ch

stClaraspital

In besten Händen.

Das Claraspital ist das grösste Basler Privatspital mit einer überregionalen Ausstrahlung in seinen Spezialgebieten. Unsere Mitarbeitenden sind Persönlichkeiten, die den Menschen in den Mittelpunkt stellen und unser Credo «gemeinsam, kompetent, verantwortungsbewusst» mittragen.

Für den Bereich Diätküche suchen wir zur Verstärkung unseres Teams auf den 1. Mai 2013 oder nach Vereinbarung für unsere ISO-zertifizierte Spitalküche eine/n/e

Diätköchin / Diätkoch 100%

Ihre Aufgaben sind

- Abwechslungsreiche Tätigkeit in einer Spitalküche
- Fachgerechte und wirtschaftliche Zubereitung der Speisen unter Einhaltung der Hygienestandards
- Unterstützung bei der Menüplanung durch Einbringen von Anregungen, Ideen und Rezepturen

Sie bringen mit

- Abgeschlossene Berufsausbildung als Koch mit Zusatzausbildung Diätkoch
- Mehrere Jahre Berufserfahrung im Bereich Diätküche
- Saubere, exakte und selbstständige Arbeitsweise
- Gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift
- Teamfähige, kreative, motivierte und flexible Persönlichkeit

Wir bieten

- Ein interessantes und vielseitiges Aufgabengebiet
- Eine fundierte Einarbeitung
- Eine angenehme Arbeitsatmosphäre in einem dynamischen und internationalen Team
- Gute Sozialversicherungsleistungen und attraktive Ferienregelung
- Vielfältige interne und externe Weiterbildungsmöglichkeiten

Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Herr Jacques Navarro, Küchenchef, T +41 61 685 86 11. Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an: St. Claraspital, Personaldienst, Postfach, CH-4016 Basel.

25389-9698

eigentlich
braucht es nicht viele
Worte. Sondern Taten.
Und Ihre Hilfe.



CARITAS

www.caritas.ch

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



KEYSTONE

KÄLTETECHNIK UND ENERGIEEFFIZIENZ

Neue Broschüren und Checklisten zeigen, wie die Stromkosten für Klima- und Kälteanlagen gesenkt werden können.

In der Schweiz geben Hotellerie und Gastronomie jährlich rund 110 Millionen Franken für den Strom der Klima- und Kälteanlagen aus. Expertinnen und Experten aus der Kältebranche sind sich einig, dass in der Kälte – bei bestehenden Klimaanlagen, Kühl- und Tiefkühlräumen – ein Einsparpotenzial von bis zu 20 Prozent liegt. Wie der Kostenfaktor Kälte verringert werden kann, zeigt ein Optimierungsdossier der Kampagne «Effiziente Kälte» mit verschiedenen Informationen und Checklisten.

Ein besonderes Augenmerk auf Energieeffizienz sollte man bei Erneuerung und Neubau der Klima- und Kältetechnik richten. Wer in der Planung dem Stromverbrauch zu wenig Beachtung schenkt, nimmt für die gesamte Lebensdauer der Anlage unnötig hohe Betriebskosten in Kauf. Aus diesem Grund sollten Bauherren bei Offerten für neue Anlagen unbedingt die neue «Kälte-

garantie Kälteanlagen» verlangen, die vom Bundesamt für Energie BFE und vom Schweizerischen Verein für Kältetechnik SVK getragen wird. Damit verpflichtet sich der Kälteunternehmer, dass die Anlage den Empfehlungen von SVK und BFE bezüglich Energieeffizienz und Qualität entspricht.

Beim Neubau auf Stolpersteine achten

Auf Bauherrschaften, die nur selten eine Kälte- oder Klimaanlage erneuern oder neu bauen, warten zahlreiche Fallstricke. Diese können zu teuren Baumängeln, Mehrkosten oder langfristig hohen Betriebskosten führen. Eine gute Ergänzung zur Leistungsgarantie ist daher die Broschüre «Die teuersten Bauherrenfallen und was man dagegen tun kann». In dieser Broschüre finden Sie zahlreiche Tipps, um die gängigsten Stolpersteine beim Bau einer Anlage zu umgehen. So stellen zum Beispiel moderne Kälteanlagen mit umweltverträglichen Kältemitteln besondere Anforderungen an den Maschinenraum, die schon bei der Planung berücksichtigt werden müssen. Damit können beim Neubau von Gebäuden aktuelle und künftige «Kälte-

aufgaben» frühzeitig bedacht und entsprechende energieeffiziente Lösungen geplant werden.

Informationsplattform «Effiziente Kälte»

Die Checklisten, Informationen und Broschüren für eine bessere Energieeffizienz in der Kältetechnik haben der Schweizerische Verein für Kältetechnik SVK und das Bundesamt für Energie (Programm Energie Schweiz) im Rahmen der Kampagne «Effiziente Kälte» entwickelt. Getragen wird die Kampagne überdies von 36 engagierten Partnern. Alle Informationen und der Gratis-Download der Dokumente finden sich auf der Webseite der Kampagne: www.effizientekaelte.ch.



Robert Dumortier
Präsident Association Suisse du Froid ASF
www.svk.ch/www.asf.ch

Ferienanlage auf Ferieninsel in Thailand

Div. Shops, Restaurants, Bars und Hotel (Komplex), 14 Mieter. Zu verkaufen oder aktiver Partner gesucht, Anteile offen. Partner-Kapitaleinlage ab Fr. 150 000.–, Kaufpreis Fr. 480 000.–. 50% können monatlich vom Gewinn abbezahlt werden. Verträge 10 bis 20 Jahre.

gastrothailand@gmail.com

25308-9608

Im Unterengadin (Nähe Scuol) per 1. Juni 2013

Pension

mit 30–35 Betten, Restaurant und schöner Gartenterrasse zu verpachten.

Nähere Auskunft unter 044 715 18 87 oder heinrich.mantel@bluewin.ch

25313-9602

Mehr Immobilieninserate auch online unter

www.htr.ch/immobilien

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



**ZU VERKAUFEN
Hotel-Restaurant
in Grindelwald/Berner Oberland**

Wenn Sie vor einer der schönsten Bergkulissen der Alpen Ihren neuen Arbeits- und Lebensmittelpunkt suchen, haben wir das ideale Objekt für Sie.

Der, 1995 komplett umgebaute, Familienbetrieb hat eine lange Tradition im Gletscherdorf. Das Restaurant mit etwa 80 Innen- und 50 Aussensitzplätzen sowie 16 Hotelzimmer bilden die Eckpfeiler Ihres neuen Betriebes, der durch seine Lage, am Fusse des Ski- und Wandergebietes First-Große Scheidegg, nicht nur durch einheimische Gäste stark frequentiert ist.

Gerne erzählen wir Ihnen mehr über diese Liegenschaft. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Griwatreuhand AG, Immobilien & Architektur
Chalet Diamant, Dorfstrasse 20
CH-3818 Grindelwald
Tel. 033 854 11 60 · Fax 033 854 11 61
info@griwaplan.ch · www.griwatreuhand.ch

25302-9601

Bergün GR – Hotel/Restaurant

An Top-Lage, sonnig, ruhig, neu renoviert, mit vollständigem Inventar. Wir suchen innovatives, kreatives

Pächterpaar

Restaurant: 70 Sitzplätze
Sonnenterrasse: 50 Sitzplätze
Hotelzimmer: 10 mit allem Komfort

Günstige Miete, späterer Kauf möglich.

Bewerbungen bitte an:

Ascotwiss AG
Amriswilerstrasse 51
8590 Romanshorn
z. Hd. Hr. Trachsel
Auskunft unter Telefon 071 466 33 66

25355-9600

Gastrolokal in Zürich-Wollishofen zu vermieten!

Für eine grosszügige Gastro-Fläche in Zürich-Wollishofen suchen wir ab Juli 2013 (oder nach Absprache) einen neuen Mieter.

Steckbrief:

- Innen ca. 115 Sitzplätze
- Aussen ca. 65 Sitzplätze
- Nutzungsrecht für 14 Tiefgaragenstellplätze
- Komplett eingerichtet (derzeitige Nutzung: Italienisches Restaurant)
- Fixmiete: Fr. 150 000.–/Jahr exkl. Nebenkosten
- Kleininventar in Höhe von ca. Fr. 30 000.– ist zu übernehmen
- Kein Schlüsselgeld
- Layout eignet sich auch gut für Mischnutzungen (z. B. Restaurant und Bar/Lounge)

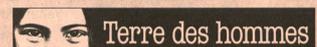
Die attraktive Lage bietet sowohl über den Mittag als auch am Abend ein gutes Kundenpotenzial (Mitarbeitende ortsansässiger Unternehmen, Anwohner und Touristen). Die Vermieterschaft wünscht sich eine gastronomische Nutzung mit einer breit abgestützten, populären Küche.

Die Ausschreibungsunterlagen mit allen Details können auf der Website von jürg landert gastronomie. konzepte. consulting ltd. (www.jlz.ch), unter der Sparte «Aktuelles», eingesehen und heruntergeladen werden.

25372-9609

Diese Zeitung ist lebenswichtig für Sie. Nachts, wenn Sie auf dem kalten Boden schlafen müssen.

Traurige Realität für Millionen ausgebeuteter Kinder.
Sie können helfen: www.tdh.ch · PCK 10-11504-8



Kinder brauchen uns. **tdh.ch**