

Erscheint Samstags.

1. Jahrgang.

1^{re} ANNÉE.

Paraissant le Samedi.

HOTEL-REVUE

Organ und Eigentum

des

Schweizer Hotelier-Vereins.

Organe et Propriété

de la

Société Suisse des Hôteliers.

Abonnement:

5 Fr. per Jahr, 3 Fr. per Halbjahr. Fürs Ausland mit Portozuschlag. Vereinsmitglieder erhalten das Blatt gratis.

Inserate:

25 Cts. per einspaltige Petitzeile oder deren Raum. Bei Wiederholungen Rabatt. Vereinsmitglieder bezahlen die Hälfte.

Korrespondenzen, Vereinsberichte und Inserate sind an die Redaktion in Basel zu adressieren und müssen selbige je bis Mittwoch Abends eingeschickt werden.

Abonnements:

5 Frs. par an, 3 Frs. pour 6 mois. Pour l'étranger le port en sus. Les sociétaires reçoivent l'organe gratuitement.

Annonces:

25 Cts. pour la petite ligne ou son espace. — Rabais en cas de répétition de la même annonce. — Les sociétaires payent moitié prix.

Les correspondances, rapports et annonces doivent être adressés à la rédaction à Bâle jusqu'à Mercredi soir de chaque semaine.

Redaktion & Expedition: St. Albananlage Nr. 7, Basel.
Telegramm-Adresse: „Hotelrevue, Basel.“

Téléphone No. 1370.

Rédaction & Expédition: St. Albananlage No. 7, Bâle.
Adresse télégraphique: „Hôtelrevue Bâle“.**Avis an die Leser!**

Die «Hotel-Revue» wird bis Ende Juni d. J. an sämtliche Hôtels und Pensionen ersten und zweiten Ranges der Schweiz und theilweise der angrenzenden Staaten gratis versandt.

Avis aux lecteurs!

«L'Hôtel-Revue» sera envoyée gratuitement jusqu'à fin Juin prochain à tous les hôtels et pensions de premier et second ordre de la Suisse et des pays limitrophes.

An die Leser!

Das Erscheinen einer neuen Zeitung begegnet zumeist einer Kritik über dessen Nothwendigkeit; es liegt daher in unserer nächsten Aufgabe diese zu begründen.

Der Zweck der «Hotel-Revue» soll den Interessen der Gasthofindustrie im Allgemeinen, im Speziellen aber denjenigen der Schweiz und des Schweizer Hotelier-Vereins dienen. Diesen Zweck hat bis Ende letzten Jahres der in Zürich erscheinende «Gastwirth» neben seiner Eigenschaft als obligatorisches Organ des Schweizer Wirth-Vereins, auch als Organ des Schweizer Hotelier-Vereins verfolgt. Differenzen finanzieller Natur gaben uns Veranlassung, die Gründung eines eigenen Organs für unseren Verein näher in's Auge zu fassen. Nicht etwa bloss der Hinweis auf die verschiedenen Berufs- und Gesellschaftsstände, welche alle beinahe ihr eigenes Organ besitzen, sondern mehr noch die gewonnene Ueberzeugung, dass nur ein eigenes, mit keinen anderweitigen Interessen verknüpftes Blatt, den Wünschen und Ansprüchen unseres Standes vollständig dienen könne, haben den aufgeworfenen Gedanken zur Reife gebracht.

Der Umstand, dass die «Hotel-Revue» von unserem eigenen offiziellen Bureau in Basel besorgt wird, gibt Bürgschaft, dass dieselbe den weitherzigen Bestrebungen des Schweizer Hotelier-Vereins und damit der Hebung und Förderung des Fremdenverkehrs, wie überhaupt den mit diesen verknüpften Interessen ein Genüge zu leisten bestrebt sein wird.

Wir wenden uns daher an alle Interessenten, vorab an die Herren Besitzer, Pächter und Geranten von Gasthöfen, Kuranstalten, Pensionen, an die Tit. Behörden, Verkehrsanstalten, Verkehrsvereine, endlich an die mit der Gasthofindustrie bzw. dem Fremdenverkehr in geschäftlichen Beziehungen steh-

enden Geschäfte und Institute mit der Bitte, der «Hotel-Revue» eine freundliche Aufnahme angedeihen zu lassen und ihr in den gesteckten Zielen und Bestrebungen mit Rath und That an die Hand zu gehen.

Luzern, den 12. März 1892.

Hochachtungsvoll

Schweizer Hotelier-Verein

Der Vizepräsident: J. Döpfner.

Aux lecteurs!

Généralement à l'apparition du premier numéro d'un nouveau journal la critique se demande si ce journal a réellement été créé par la nécessité, nous devons donc citer les motifs qui ont fait naître l'idée de fondé «l'Hôtel-Revue».

Elle a été créé pour défendre les intérêts de l'industrie des hôtels en général et ceux de la société suisse des hôteliers, en particulier.

Ce but a été suivi jusqu'à la fin de l'année dernière par le «Gastwirth», paraissant à Zürich, qui alors été l'organe officiel de la société suisse des hôteliers et en même temps celui de la société suisse des cafetiers.

Quelques différends financiers survenus entre le «Gastwirth» et la société des hôteliers ont décidé cette dernière de prendre en vue la création d'un journal spécial pour l'industrie des hôtels. Presque toutes les corporations professionnelles et presque toutes les sociétés de conséquence ont leur propre journal, mais ce qui a surtout encouragé la société des hôteliers de suivre cette exemple, c'est la conviction qu'un journal spécial qui n'ait d'autres intérêts à défendre que ceux de l'industrie des hôtels puisse seul lui suffire.

La rédaction et l'expédition de «l'Hôtel-Revue» ont été confié aux soins du bureau central à Bâle, ce qui offre une garantie, qu'elle cherchera à remplir pleinement son but au profit de la société suisse des hôteliers et en même temps au profit du développement de l'industrie des hôtels et de tout ce qui est en rapport avec elle.

Nous faisons donc appel aux intéressés et en première ligne à MM. les propriétaires et directeurs ou gérants des hôtels et pensions, ainsi qu'aux autorités, aux bureaux d'étrangers etc. et à ceux qui sont en rapport avec les établissements susnommés, de réserver un accueil bienveillant à «l'Hôtel-Revue» et de bien vouloir lui prêter leur concours.

LUCERNE, le 12 mars 1892.

Société Suisse des Hôteliers

Le Viceprésident: J. Döpfner.

Unser Antrittsprogramm.

Es liegt uns heute ob, nicht nur uns, die wir seit erstem März d. J. die Leitung des Centralbureaus des Schweizer Hotelier-Vereins übernommen, sondern auch gleichzeitig und namentlich das neugegründete Organ des Vereins, die «Hotel-Revue», bei unsern werthen Lesern einzuführen.

Wenn wir mit einem gewissen innern Stolze unser Amt antreten, so ist dies nicht der Ehrgeiz, gegenüber unserer früheren Stellung um eine Stufe gestiegen zu sein, nein, sondern dieser innere Stolz entspringt dem Bewusstsein, mit einem noch verantwortungsvolleren Posten, als der frühere, betraut und mitten in ein unendliches geistiges Arbeitsfeld hineingestellt worden zu sein, einem Arbeitsfelde, in welchem Energie und Initiative zur vollen Entfaltung gelangen können, in welchem aber auch die Hoffnung, bei Bearbeitung dieses zum Theile noch un bebauten Ackers, in Gemeinschaft mit den uns zur Seite gestellten Vorgesetzten, an ein Ziel zu gelangen, nicht schon zum Vorneherein schwindet. Diese unsere Hoffnung verstärkt sich um so mehr, je mehr wir uns in dem Wirkungsfelde orientieren und einen wunden Punkt um den andern im oder um das Hotelwesen herum näher ins Auge fassen.

Dass auch der Schweizer Hoteliers-Verein, um mit dem nahenden Ende des 19. Jahrhunderts und seinem stets reger werdenden Fortschrittssinn in kultureller und industrieller Beziehung Schritt zu halten, die gebotenen Mittel und Massregeln richtig erfasst, beweist in erster Linie die Gründung eines eigenen offiziellen Vereins- und Fachorganes, welches ausschliesslich die Interessen der Hotelindustrie zu wahren und zu fördern hat und als Sprechsaal und Bindemittel zwischen den Vertretern dieser so bedeutungsvollen Industrie dienen soll.

Wir bedienen uns soeben des Wortes «bedeutungsvoll», um die Hotelindustrie gebührend zu qualifizieren, wissen aber sehr wohl, dass gerade in dieser Beziehung von Oben herab noch schwer gesündigt und das Hotelwesen von Bundes- und Gesetzeswegen noch sehr stiefmütterlich, ja sogar in manchen Beziehungen geringschätzig behandelt wird. Es scheint uns dies jedoch nicht die Folge von Unkenntniss der nachweisbaren Bedeutung der Hotelindustrie zu sein, sondern vielmehr ein systematisches, zopfbürgerliches Ignorieren des Bestehenden, eine aus früheren Jahrhunderten herübergebrachte Polizeireglementiererei oder dann eine von egoistischem Antriebe geleitete väterliche

HAPPY BIRTHDAY

ALLES



GUTE!

*Wir gratulieren der htr
zu 125 Jahren engagiertem
Journalismus für das Gastgewerbe.*

ipeakinfosystems
the digital marketing company

ipeak Infosystems GmbH
Schutzengelstrasse 57, 6340 Baar
Am Bach 9, 3920 Zermatt

Telefon: +41 41 497 50 00
Mail: welcome@ipeak.ch
Web: www.ipeak.ch



tweebie
your travelmate

Die weltweit erste
destinationsübergreifende
Kommunikations- und
Marketingplattform

www.tweebie.com

htr hotelrevue

4. Mai 2017

Nr. 9

AZA/JAA – 3001 Bern/Berne
 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

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus | Avec cahier français

SERVICE

STELLENANGEBOTE,
 IMMOBILIEN, AUS- UND
 WEITERBILDUNG

35 – 38



Top hotel

Brautpaare willkommen! Hochzeit als Geschäftsmodell ist Thema in der neusten Schweizer Ausgabe des Magazins der Hotellerie.

Beilage

Top-Gäste

Die Schweizer Luxushotels als Weltbühne: Ein Blick in die Gästebücher traditionsreicher Häuser.

Häuser.

Seiten 42 – 44



Top-Preise

Leserwettbewerb zum htr-Jubiläum

Seite 41

Jubiläumsausgabe

An der Seite der Hoteliers

Seit 125 Jahren engagiert sich die htr hotel revue für eine prosperierende Hotellerie und den Schweizer Tourismus insgesamt.

Am 12. März 1892 erschien in Basel die erste «Hotel-Revue», das «Organ und Eigenthum» des Schweizer Hotelier-Vereins, Umfang vier Seiten. Heute erreicht die htr hotel revue ihre Leserinnen und Leser einerseits mit der Printausgabe, andererseits digital auf htr.ch und mit den täglich versandten News. Ergänzt wird das Angebot durch die Herausgabe eines international ausgerichteten Magazins und die Vergabe des Tourismuspreises Milestone. Die htr gilt heute als das Leitmedium der ganzen Branche.

So hat sich naturgemäss vieles verändert in den 125 Jahren, im Zeitalter der digitalen Revolution gilt dies erst recht. Doch eines hatte bei der htr Bestand. Geblieben ist der Anspruch, sich mit dem Herausgeber hotellerieusuisse im Rücken engagiert für die Interessen und das Wohl der Hotellerie und des gesamten Schweizer Tourismus einzusetzen. Deshalb wollten wir uns für diese Jubiläumsausgabe auch nicht mit Rückblicken begnügen. Wir haben mithilfe des umfangreichen htr-Archivs Ereignisse aufgearbeitet, die die Branche nachhaltig und bis heute wirksam verändert haben.

Dabei kamen wir oft zur selben Erkenntnis, wie sie hotellerieusuisse-Präsident Andreas Züllig in seinem Text auf Seite 4 beschreibt: Hotellerie und Tourismus haben auf grosse Herausforderungen immer wieder die richtigen Antworten gefunden. Schön, wenn die htr dazu ihren Beitrag leisten konnte.

Gery Nievergelt



Carla Barron

Lust auf eine Zeitreise? Das von der Landesbibliothek digitalisierte Archiv der htr finden Sie unter

www.e-periodica.ch In der erweiterten Suche mit dem Lupen-Symbol wählen Sie die historische Zeitschrift aus. Geben Sie bei der Volltext-Suche das gewünschte Stichwort an. Es erscheint eine Auswahl der gesuchten Artikel. Sie können diese nach Autoren oder Zeiträumen filtern. Eine detaillierte Stichwortsuche ist nur über die Desktop-Version möglich.

Schwerpunktthema Tourismus in Krisenzeiten

Wirtschaften am Abgrund

Die Schweizer Hotellerie hat nicht zum ersten Mal mit schwierigen Rahmenbedingungen zu kämpfen. Auf goldene Jahrzehnte folgten im 20. Jahrhundert immer wieder Krise und Niedergang. Nie wieder wurde die Branche dabei so hart getroffen wie während und nach den beiden Weltkriegen, als die internationale Kundenschaft fast vollständig ausblieb und viele Betriebe ihre Türen schlossen. Auch Wirtschaftskrisen und nicht zuletzt der Strukturwandel forderten die Hoteliers immer wieder heraus.

lb/pt Seite 6/7, pages 18/19



Auf Quellsuche: Patrick Timmann und Laetitia Bongard.

Hotelgastronomie

Kochkunst im Banne von Technik und Weltlage

Ohne Vorkosten des Hoteldirektors verliess einst kein HP-Menü die Küche, erinnert sich Hans Nussbaumer, Küchenchef-Legende des «Kulm St. Moritz», und zeigt damit auf: Die Kochkunst der grossen Hotels war – auch in der Schweiz – immer auch Chefsache. Sie erlebte ihre erste Blüte infolge der Industrialisierung und entwickelte sich analog der Weltlage und dem technischen Fortschritt. Episoden aus 125 Jahren htr hotel revue veranschaulichen die Entwicklung der hiesigen Gastronomie in den Grandhotels.

fee Seite 23

Editorial

Stellenangebote finden Sie neu im zweiten Bund



GERY NIEVERGELT

Neuplatzierung. Es trifft nicht zu, dass Stellenangebote in den Printmedien keine Beachtung mehr finden würden. Gerade Kaderstellen werden auch im digitalen Zeitalter weiterhin mit Erfolg in den klassischen Zeitungen ausgeschrieben. Aber der Trend geht ganz klar in Richtung Online. Mit dieser Entwicklung müssen sich alle Verlage auseinandersetzen. Was grosse Medienhäuser bereits vollzogen haben, vollziehen wir jetzt. Ab dieser Ausgabe finden Sie die Angebote von Stellen, Immobilien sowie zu Aus- und Weiterbildung im Hauptblatt, und zwar im zweiten Bund. Wir sind überzeugt, dass die Angebote in einem attraktiven redaktionellen Umfeld nicht weniger, sondern eher noch mehr Beachtung finden werden als im bis anhin beigelegten «Profil». An dieser Stelle möchte ich unseren Inserenten herzlich danken für das Vertrauen, das sie in die Qualität der Printausgabe der htr hotel revue setzen. Die umfangreiche Jubiläumsausgabe ist hierfür ein schöner Beweis. **Milestone 2017.** Mit dem im Basler Kulturzentrum Brasilea durchgeführten «Milestone Innovation Day» erfolgte vergangene Woche der Startschuss zur diesjährigen Ausschreibung des für erfolgreiche und nachhaltige Innovation vergebenen Schweizer Tourismuspreises. Alles zum Milestone sowie Bewerbungsunterlagen finden Sie auf unseren Seiten htr.ch und htr-milestone.ch.

Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

htr.ch

Inhalt

thema	4–16
cahier français	17–22
hotel gastro welten	23–34
service & brands	35–40
impresum	40
people	42–44
wettbewerb / concours	41



htr-milestone.ch



«Ich bin Koch aus Leidenschaft und will Applaus für die Qualität meiner Speisen.»

Wir bieten Lösungen – www.hugentobler.ch



Die neuen SelfCookingCenter® – jetzt auch in XS. Die echte Profiklasse im kleinen Format.

Mehr unter: rational-online.com



www.RotorLips.ch

Rotor Lips AG • 3661 Uetendorf
 Maschinenfabrik • 033 346 70 70

ANZEIGE

Entdeckungen auf einer Zeitreise mit der Hotel-Revue

Dank Unternehmegerist und Kreativität hat die Hotellerie immer wieder die richtigen Antworten auf die Herausforderungen gefunden.

von **Andreas Züllig**

Es ist eine stolze Leistung, 125 Jahre lang die Zeitung der Schweizer Hotelbranche herauszugeben. 125 Jahre lang, in denen die Hotellerie immer wieder von Neuem gefordert war. 1892, das Gründungsjahr der Hotel Revue, ist gleichzeitig das Todesjahr von Thomas Cook. Cook gilt als Erfinder der Pauschalreisen, und er hat massgeblich zur Entwicklung des Tourismus in der Schweiz beigetragen. Noch heute basiert unser Tourismus auf den Prinzipien der damaligen Zeit.

Persönlich nahm ich die Anliegen der Hotellerie in den 70er-Jahren erstmals so richtig bewusst wahr. Es war die Zeit, als mein Vater, Ernst A. Züllig, im Zentralvorstand des Schweizerischen Hoteliervereins aktiv war. Vor welchen Herausforderungen stand er damals? Und war es in dieser Zeit wirklich einfacher als heute? Die 50er- bis 80er-Jahre gelten als Boom-Jahre des Schweizer Tourismus. Jeder, der es sich leisten konnte, wollte in die Schweiz reisen. Der Lago Maggiore galt damals vielen Europäern als die palmenbestückte Traumdestination schlechthin. Und die ganze Schweiz kannte nicht nur den Text von Vico Torriani Lied «Alles fährt Ski», sondern Gross und Klein vergnügte sich tatsächlich in Scharen auf den besungenen Pisten der Schweizer Alpen.

Dank dem Archiv der htr konnte ich mich kürzlich in diese Zeit zurückversetzen und Erstaunliches entdecken: In einer Ausgabe von 1969 wird die aktuelle Situation der Hotellerie mit folgenden Worten beschrieben: «Die durch die Personalknappheit hervorgerufene Tendenz der Lohnsteigerung erschwert die internationale touristische Konkurrenzfähigkeit der Schweiz, die leider bereits heute im Ausland das Image eines teuren Landes hat. Der ausgetrocknete Arbeitsmarkt bleibt

das Problem Nummer eins. Wenn wir langfristig Erfolg haben wollen, müssen Attraktivität und soziales Ansehen der Hotelberufe gehoben werden.» Das kommt uns fürwahr bekannt vor. Bei einer kürzlich durchgeführten Umfrage unter den Hoteliers rangiert der Fachkräftemangel auf Platz zwei der grössten aktuellen Herausforderungen.

Unter dem Titel «Elektronisches Hotelreservationssystem» wurde der Vorstand des Hoteliervereins anlässlich der Delegiertenversammlung in Locarno in einer htr von 1970 wie folgt zitiert: «Seit zwei Jahren haben wir abgeklärt, welche neuartigen Verkaufsmöglichkeiten sich für die Hotellerie über die Datenverarbeitung auftun. Von Anbeginn haben wir erkannt, dass ein ökonomisch sinnvolles System nur dann realisierbar ist, wenn sich alle am schweizerischen Fremdenverkehr interessierten Organisationen dahinter stellen.» Auch dieses Thema ist anscheinend nicht erst in der heutigen Zeit der Digitalisierung, Smartphones und Buchungsplattformen aktuell. Vorausschauend hat man damals im Verband schon erkannt, dass die Computertechnologie das Reise- und Buchungsverhalten massiv verändern wird.

Auch der starke Schweizer Franken ist ein altbekanntes Thema. 1978 beispielsweise überschwemmten die USA die Welt mit Dollars, um den zunehmend kostspieligen Vietnamkrieg zu finanzieren. Der Kurs fiel innert sieben Jahren von 4.33 Franken auf 1.47 Franken. Der Schweizerische Hotelierverein forderte in einem Communiqué unter dem Titel «Für stabile Wechselkurse im Fremdenverkehr» die Einführung eines Touristendollars mit einem Wechselkurs von 2.20 sowie einer Touristen-D-Mark mit

einem Wechselkurs von 1 zu 1. Die Kaufkraft der ausländischen Währungen hatte sich dann aber dank Abwertung des Schweizer Frankens auch ohne diese Massnahmen wieder normalisiert.

Mein Fazit aus den Herausforderungen, mit denen die früheren Generationen von Hoteliers zu kämpfen hatten: Der Tourismus und die Hotellerie haben immer wieder die richtigen Antworten gefunden. Dank Unternehmegerist und Kreativität – und auch dank der Unterstützung des Verbandes, dem es immer wieder gelungen ist, die Rahmenbedingungen auf politischer Ebene positiv zu beeinflussen. Ich glaube fest daran, dass wir auch in der heutigen Zeit an den täglichen Herausforderungen gemeinsam wachsen können.

In diesem Sinne gratuliere ich der htr zum aussergewöhnlichen Jubiläum und freue mich, zusammen mit dem Team der htr die Zukunft unserer schönen und einzigartigen Branche weiterhin aktiv mitgestalten zu können.



Andreas Züllig ist Präsident von hotellerieuisse.

Suzanne Schwiertz

A la découverte du voyage à travers Hotel-Revue

L'esprit d'entreprise et la créativité ont toujours et encore fourni à l'hôtellerie suisse les bonnes réponses face à un défi complexe.

par **Andreas Züllig**

C'est assurément une belle performance que d'éditer pendant 125 ans la revue de la branche hôtelière suisse, pendant autant d'années au cours desquelles l'hôtellerie a constamment relevé de nouveaux défis. 1892, l'année de la fondation d'Hotel-Revue, est aussi celle de la disparition de Thomas Cook. Considéré comme l'inventeur des voyages organisés, il a contribué pour une large part au développement du tourisme en Suisse. Aujourd'hui encore, notre secteur repose sur les bases jetées à cette époque.

C'est au cours des années 1970 que je me suis personnellement familiarisé avec les exigences de l'hôtellerie. A cette époque, mon père Ernst A. Züllig siégeait au comité central de l'Association suisse des hôteliers. A quels défis était-il alors confronté? Et l'existence d'un hôtelier était-elle réellement plus simple à cette époque que de nos jours? Au cours des décennies 1950 à 1980, le tourisme suisse a connu un véritable boom. Toutes les personnes qui pouvaient se le permettre souhaitaient se rendre en

Suisse. Pour de nombreux Européens, le lac Majeur avec ses palmiers était tout simplement la destination de rêve. Les Suisses ne se contentaient pas de fredonner la chanson de Vico Torriani «Alles fährt Ski», mais grands et petits dévalaient sur leurs lattes les pistes tant vantées des Alpes suisses.

Grâce aux archives de htr, j'ai pu me plonger récemment dans cette époque et j'ai fait une découverte étonnante. Un numéro de 1969 décrivait la situation de l'hôtellerie de la manière suivante: «La tendance à augmenter les salaires en raison de la pénurie de personnel porte atteinte à la capacité concurrentielle de la Suisse, qui a déjà l'image d'un pays cher hors de nos frontières. Le principal problème du secteur demeure un marché du travail complètement asséché. Si nous voulons réussir à long terme, nous devons accroître l'attractivité et la considération attachées aux métiers de l'hôtellerie.» Ces phrases ne sont pas sans éveiller certains échos, car une enquête récente a démontré que le manque de main-d'œuvre figure au second rang parmi les préoccupations des hôteliers.

Sous le titre «Système électronique de réservation hôtelière», un article citait le comité directeur de l'Association des hôteliers à l'occasion de l'assemblée des délégués 1970 qui s'était tenue à Locarno: «Depuis deux ans, nous avons étudié les nouvelles possibilités de vente qui ouvrent de nouvelles perspectives aux hôteliers grâce au traitement des données. Dès le début, nous nous sommes rendu compte qu'un système judicieux d'un point de vue économique ne pourrait voir le jour que si l'ensemble des organisations touristiques suisses le soutiennent.» Déjà d'actualité à cette époque, ce thème n'a mani-

festement pas commencé à interroger les esprits à l'apparition de la numérisation, des smartphones et des sites de réservation. De manière visionnaire, l'association avait décelé que la technique informatique changerait considérablement les habitudes des voyageurs.

La force du franc est un autre thème récurrent. En 1978 par exemple, les Etats-Unis inondaient le monde de dollars afin de financer la guerre du Vietnam qui mettait à mal leur budget. En l'espace de sept ans, le cours du billet vert a passé de 4,33 à 1,47 franc. Dans un communiqué publié sous le titre «Pour des cours de change stable dans le secteur touristique», l'Association suisse des hôteliers demandait un taux de conversion fixe de 2,20 francs pour le dollar et la parité pour le mark allemand. Même si ces mesures n'ont finalement pas été adoptées, le pouvoir d'achat des devises étrangères s'est ultérieurement normalisé en raison de l'affaiblissement du franc suisse.

A la lumière des défis qui se présentaient aux précédentes générations d'hôteliers, je tire le bilan suivant: le tourisme et l'hôtellerie ont toujours trouvé les bonnes réponses grâce à l'esprit d'entreprise, à la créativité et au soutien de l'association qui est constamment parvenue à influencer de manière positive les conditions-cadres par des interventions au niveau politique. Je demeure fermement convaincu que nous pouvons aujourd'hui poursuivre notre croissance en faisant face aux exigences quotidiennes.

Dans cet esprit, je félicite chaleureusement htr pour ce bel anniversaire et me réjouis de continuer activement à façonner notre branche, belle et exceptionnelle – avec l'appui de la rédaction d'Hotel Revue.

ANZEIGE

Im Mai pro Harass ein Holzbrettchen.



Jetzt erhalten Sie bei Ihrem Getränkehändler zu jedem Harass Möhl Saft vom Fass trüb und klar (mit und ohne Alkohol) ein hochwertiges Holzbrettchen* aus Schweizer Ahorn.

Unsere feinen Apfelweine aus Ostschweizer Äpfeln passen zu allen Gelegenheiten und sind natürliche Durstlöcher.

valida

Die Holzbrettchen sind von der Arbeitswerkstätte Valida St. Gallen sorgfältig produziert.

MÖHL
Apfelsäfte



Tradition seit 1895

*solange Vorrat

Vom Hotel übers Grandhotel zum Palace

Die Schweizer Hotellerie erlebte seit dem 19. Jahrhundert eine wechselvolle Geschichte mit Hochs und Tiefs. Architektur- und Hotelhistoriker Roland Flückiger blickt zurück.

DANIEL STAMPFLI

Roland Flückiger, wie muss man sich die Hotellandschaft im Jahr 1892 vorstellen?

Es handelte sich um eines der ersten Jahre des eigentlichen Hotelbooms in der Schweiz – nach den früheren Boomphasen in den 1830er-Jahren an Seen und in Städten und den 1860er-Jahren in den Bergen. Während dieser sogenannten Belle Epoque nahm die Anzahl der Hotels rasant zu. Von 1880 bis 1913 wuchs die Anzahl der Hotels von 1000 auf 3600. 1894 zählte die Schweiz 1700 Hotelbetriebe. Dies ist bekannt, da zu jener Zeit die ersten Statistiken geführt wurden. Im Jahre 1892 wurden die Bahnen auf den Rocher de Naye und das Briener Rothorn gebaut. Im Bau war damals das Grandhotel in Caux oberhalb von Montreux, welches 1893 eröffnet wurde. 1892 eröffnete das Grandhotel in Evolène im Walliser Eringertal. In Grindelwald brannte damals bei einem Dorfbrand das grosse und bekannte Hotel Bär ab. Es wurde als Dreiflügelanlage, eine relativ seltene Bauweise, unter dem Namen Grandhotel Bear wieder aufgebaut. Zu jener Zeit entstand mit Leysin ein neuer Kurort für Tuberkulosekranke. Das dortige Grandhotel war eigentlich ein Sanatorium. Initiiert wurde es von den Hoteliers in Montreux, welche die kranken Gäste nicht bei sich haben wollten.

Wurden damals nur grosse Hotels im Sinne von Grandhotels gebaut?

Nicht nur, in jeder Epoche wurden grosse und kleine Hotels errichtet. 1892 wurde etwa auf dem Oberalppass ein relativ kleines Hotel gebaut. Der Name Palace erschien erstmals 1896. Während das Badrutts Palace von sich behauptet, das erste zu sein, erscheint in Listen als frühestes das Maloja Palace im Jahr 1896. Dieser Name, der aus dem englischen Sprachraum zu uns kam, war damals als Steigerung zu verstehen: von Hotel über Grandhotel bis zum Palace.

Wer waren zur damaligen Zeit die Eigentümer der Hotels?

Zu rund 90 Prozent waren es private Hotelbetriebe in Familienbesitz. Zu jener Zeit war die Rechtsform der Aktiengesellschaft in der Hotellerie die Ausnahme. Das Beau-Rivage Palace in Lausanne war von Beginn weg – in den 1860er-Jahren – schon eine AG.

Schildern Sie uns die darauf folgende Entwicklung in 25-Jahre-Schritten.

1917: Gründung der Schweizerischen Verkehrszentrale, Vorläuferin von Schweiz Tourismus, da während des Ersten Weltkrieges die Gäste ausblieben und leere Hotels die Folge waren. Der Bundesrat lancierte ein Entschuldungsprogramm und unterstützte die Hoteliers. Gleichzeitig wurde das Bauen von Hotels verboten – das Verbot bestand bis 1954. Wenige Ausnahmen wurden zugelassen. So durften Hotels nach einem Brand wiederaufgebaut werden. Oder in Arosa erstritt sich ein Hotelier eine Bewilligung, indem er ein Hotel nur für Frauen baute. Das Verbot führte dazu, dass aus den 20er-Jahren mit der neuen Bauhaus-Architektur – Beton und Flachdach – in der Schweiz kaum Hotels existieren.

1942: Es wurde eine Studie zur baulichen Sanierung von Hotels und Kurorten erstellt. Da der Bund nach



Der Historiker Roland Flückiger im Hotel Bellevue Palace in Bern, dem einzigen Grandhotel im Herzen der Hauptstadt.

Nora Lehmann

Kriegsende eine grosse Arbeitslosigkeit befürchtete, initiierte er ein grosses Sanierungsprogramm im Sinne einer Arbeitsbeschaffungsmassnahme. Dazu wurden alle erhaltenswerten Hotels mit Bauplänen, Beschreibungen

Zur Person Lebendes Lexikon der Hotelhistorie

Roland Flückiger (64) ist Architektur- und Hotelhistoriker. Nach Studienabschluss an der ETH Zürich und Ergänzungsstudien in Denkmalpflege war er als Denkmalpfleger in Kanton und Stadt Bern engagiert. Heute arbeitet er als selbstständiger Fachexperte und -berater. Flückiger ist Autor zahlreicher Publikationen, u. a. der Standardwerke «Hoteltäume», «Hotelpaläste» und «Berg-hotels». Er war Initiator und bis 2004 Präsident der ICOMOS-Auszeichnung «Das historische Hotel / Restaurant des Jahres». Seit 2008 ist er Jurymitglied der Auszeichnung «Der historische Gastbetrieb in Südtirol». Er ist zudem Vorstandsmitglied von Swiss Historic Hotels und Präsident der Stiftung «Swiss Tourism Heritage – Hotelarchiv Schweiz» sowie Fachexperte für die Eidg. Kommission für Denkmalpflege. dst

historischehotels.ch

und Fotos erfasst. Deshalb hat man von 1942/43 einen einmaligen Querschnitt durch die Hotellerie der damaligen Zeit. Diese Dokumente konnte ich mit Unterstützung der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit retten und im Hotelarchiv deponieren. **1967:** Diese Zeit markierte den Höhepunkt des Hotelbaus in der Schweiz. Bis 1974 stiegen sowohl die Hotelzahlen als auch die Bettenzahlen, die Hotellerie boomte. Seither sind die Zahlen wieder rückläufig. Damals versuchten sich viele Quereinsteiger als Hoteliers – teils sehr erfolgreich. **1992:** In Davos fand die Tagung «Tourismus und Denkmalpflege» der Arbeitsgemeinschaft der Alpenländer statt, an der ich als Referent engagiert war. Wir Denkmalpfleger waren der Meinung, dass man gegen den geplanten Abriss von Hotels etwas unternehmen müsse. In der Folge organisierten wir 1995 zusammen mit hotellerieuisse die Tagung «Historische Hotels erhalten und betreiben». Diese setzte den Grundstein zu einem Umdenken in der Hotelbranche. Die frühen Architekturepochen im Hotelbau, wie auch im gesamten Bauwesen, wurden wiederentdeckt und fanden Anerkennung. Aus diesem Engagement entstand die jährliche Auszeichnung «Das historische Hotel des Jahres» sowie später der Verein «Swiss Historic Hotels». **2017:** Heute sind historische Hotels zu einem USP im Hotelwesen geworden.

Frage ich vor 25 Jahren an der Hotelréception nach historischen Zimmern, erhielt ich die Antwort: «Nein gar nicht, wir haben alles renoviert.» Heute jedoch betonen die Hoteliers stolz, dass sie noch über historische Zimmer verfügen.

Gibt es architektonische Meilensteine in den verschiedenen Epochen?

Die Historismusarchitektur des 19. Jahrhunderts geriet um 1900 in Verruf. Einen markanten Einbruch in Sachen Architektur gab es in den 1920er-Jahren während der Bauhaus-Zeit. Dann kam der Heimatstil wieder auf. Beweis dafür ist etwa das Landidörfli: Dort wurden 1939 keine Betonbauten mit Flachdach errichtet, sondern idyllische Bauten. Der Betonbau, auch mit Flachdach, kam erst von den 50er- bis in die 70er-Jahre gross in Mode. Der überwiegende Teil war Massenproduktion. Eigentlich gibt es durchaus schöne, zeittypische und erhaltenswerte Bauten aus jener Epoche.

Hat sich die Stadthotellerie in den letzten 125 Jahren anders entwickelt als die Ferienhotellerie in den Alpen?

Nein, ich stelle keinen grundlegenden Unterschied fest. Spannend dabei ist jedoch, dass in der Schweiz der Tourismus ursprünglich in den Städten begann. 1830 wurden in Genf, Lausanne, Vevey, Luzern und Thun die ersten grossen Hotels gebaut. Zur damaligen Zeit hatten viele Leute noch

Respekt vor den Bergen. Nach dem Zweiten Weltkrieg entwickelte sich die Berghotellerie stärker, da die Leute mehr Ferien hatten. Damals kamen auch Angestellte und Arbeiter in den Genuss von Ferien.

Welche Hotelierynastien schrieben Geschichte?

Der wichtigste Schweizer Hotelpionier war Franz Josef Bucher-Durrer. Er besass Hotels von Basel über Mailand und Genua bis nach Kairo und war Begründer der Hotellerie auf dem Bürgenstock. Er baute auch die Drahtseilbahn auf den Bürgenstock und das Palace in Luzern, das als Art Wartezimmer für den Bürgenstock diente. Die

«Um 1900 kamen die ersten Balkone. Zuvor war der Aufenthalt in der Sonne und das sich Bräunen kein Thema.»

Gäste mussten jeweils in Luzern warten, bis sie auf dem Bürgenstock ein Zimmer bekamen. Zu Geld kam der Schreinersohn aus der Innerschweiz 1892, als er das von ihm gebaute elektrische Tram in Genua für eine Million Franken verkaufen konnte. Er türmte die Million zu Hause auf einem Tisch auf und liess sich davor mit seiner Familie fotografieren. Zwei Dynastien konkurrierten sich rund um Montreux. Ami Chessex baute das Familienhotel in Territet zum «Grandhotel» aus. Sein Schwager Alexandre Emery baute das Palace in Montreux. In Interlaken waren Eduard Ruchi und Friedrich Seiler die damaligen Hotelkönige, die entlang des Höhenwegs die Hotels Victoria und Jungfrau – zwei Konkurrenzbauten – errichteten. In Zermatt schrieb Alexander Seiler Geschichte, der 90 Prozent aller Zermatter Hotelbetten besass und nicht bei allen Einheimischen beliebt war. Eine weitere wichtige Figur war Johannes Badrutt in St. Moritz. Er gründete das Hotel Kulm und die zweite Generation das Badrutts Palace.

Wie sah um 1900 ein typisches Hotelzimmer aus?

In der Regel waren es relativ kleine Zimmer mit Bett, Tisch, Stuhl, Schrank und, sofern Elektrizität vorhanden war, mit einer Deckenlampe und vielleicht noch einer Nachttischlampe. In den besseren Hotels verfügten die Zimmer zusätzlich über ein Lavabo, das Bad war aber immer noch auf der Etage. In den einfacheren Berghotels stand den Gästen für die Hygiene eine Waschtischschüssel mit Krug im Zimmer zur Verfügung. Um 1900 boten bereits einzelne Hotels Zimmer mit Balkon an. Zuvor waren der Aufenthalt in der Sonne und das sich Bräunen kein Thema. Die vornehme Gesellschaft wollte sich damals von der ländlichen, auf dem Feld arbeitenden Bevölkerung abgrenzen. Im Hotel Waldhaus in Sils befanden sich damals die besten Zimmer nordseitig in Richtung St. Moritz und die übrigen sonnseitig.

Wie haben sich die Ansprüche und Wünsche der Gäste im Verlaufe der letzten 125 Jahre verändert?

Bis weit ins 20. Jahrhundert waren die Gäste mit relativ wenig zufrieden. Bis nach dem 2. Weltkrieg war ein Zimmer ohne Bad üblich. Seither haben sich die Ansprüche der Gäste gewaltig verändert. Der Hotelier muss entsprechend immer mehr bieten.

Wagen Sie eine Prognose für das Hotel der Zukunft?

Ich hoffe, dass dereinst nicht in jedem Hotel ein Roboter an der Réception steht. Heute habe ich fast ein wenig Bedauern mit den Hoteliers, die mir vorkommen wie eine Eier legende Wollmilchsau, die in der Lage sein muss, alles tun zu können. Die Ansprüche sind derart gestiegen, dass ich mich manchmal frage, was aus dem Beruf des Hoteliers wird. Deshalb hoffe ich, dass es in Zukunft nebst den grossen Resorts mit allen nur vorstellbaren Annehmlichkeiten auch noch einfache Hotels geben wird. Denn ich bin überzeugt, dass das Pendel einmal zurückschlagen wird.

Der Tourismus in der Schweiz und die Krisen des 20. Jahrhunderts

Die Hotellerie am Abgrund

Der Erste Weltkrieg stürzte den Tourismus in der Schweiz in eine beispiellose Krise. Auch die folgenden Jahrzehnte stellten die Hoteliers vor enorme Herausforderungen.

PATRICK TIMMANN

Bis zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs erlebte Europa eine ungewöhnlich lange Zeit des Friedens und der Prosperität. Während der Belle Époque herrschte Aufbruchsstimmung, die gefühlten Distanzen auf dem Kontinent schmolzen mit dem Ausbau des Eisenbahnnetzes dahin. Schweizer Städte und selbst entlegene Alpentäler rückten zunehmend in Reichweite der zahlungskräftigen Kundschaft aus dem Ausland. Die Schweizer Hotellerie erfuhr eine nie da gewesene Blüte, die Zahl der Schweizerreisenden nahm innerhalb weniger Jahrzehnte um ein Mehrfaches zu. Noch im ersten Halbjahr 1914 verzeichneten viele Grandhotels Gästezahlen, die ihre Rekorde vom Vorjahr in den Schatten stellten. Dies änderte sich mit Beginn des Ersten Weltkriegs schlagartig.

Eine «Urkatastrophe» auch für die Schweizer Hotellerie

Bereits die wachsenden internationalen Spannungen im Laufe der Julikrise veranlassten erste ausländische Gäste dazu, ihre Ferien in der Schweiz abzubrechen. Bei Ausbruch des Krieges machte sich dann eine eigentliche Panik unter den ausländischen Gästen breit. Am 8. August schrieb die Schweizer Hotel-Revue: «Als am 31. Juli gegen Abend die elsässischen und badischen Bahnen ihren Betrieb aufschweiz. Territorium einstellten und ihre Organe zurückzogen, trat Verkehrsstockung, ein allgemeines Durcheinander ein und es gab ein Verkehrsbild, wie man es in Basel wohl noch nie gesehen. Zu Tausenden langten die zurückkehrenden Feriengäste aus den inner-schweizerischen Sommerfrischen in diesen drei schicksalreichen Tagen hier an. Der Bundesbahnhof war Tag und Nacht von einer vielhundertköpfigen Menge belagert, das Reisegepäck häufte sich in den Hallen und auf den Perrons zu turmhohen Kofferburgen.» Besonders für die Berghotellerie endete die bis dahin sensationell angelaufene Sommersaison im Desaster. Viele Hotelbetriebe schlossen bereits kurz nach Kriegsbeginn ihre Tore, darunter auch einige Grandhotels wie die Palaces in Gstaad, Maloja und Engelberg. Wer seine Sommerferien zu spät abbrach, dessen Heimreise endete an der Schweizer Grenze. Tausende Reisende quartierten sich daraufhin für Wochen oder sogar Monate in den städtischen Hotels ein. Die anfängliche Freude der Hoteliers über die unverhoffte Kundschaft erwies sich jedoch oft als verfrüht. Zahlreiche Gestrandete konnten ihre Rechnungen nicht bezahlen, da der internationale Zahlungsverkehr



«Der Stein ist im Rollen! Russland mobilisiert, Deutschland mobilisiert, Frankreich mobilisiert, vielleicht sind schon die ersten Schüsse gefallen im kommenden Völkerdrama. Krieg! Diese furchtbare Gottesgeißel schleicht wie ein blutigeres Raubtier von Land zu Land, von Volk zu Volk, und droht einen ganzen Weltteil in Flammen zu setzen. [...] Mit banger Besorgnis blicken viele Hoteliers in die Zukunft, hat doch schon das letzte Jahr kritische Geschäftszeiten hinterlassen, die kaum noch eine Belastung zuließen. Nun ist die Saison total verpfuscht, für manchen Hotelier steht der wirtschaftliche Zusammenbruch vor der Tür, und auch das Personal geht einer dunklen Zukunft entgegen.»

Schweizer Hotel-Revue, 8 Aug. 1914

mit Ausbruch des Kriegs praktisch zum Erliegen kam. Anfangs gewährten die Hoteliers ihren Gästen noch grosszügig Kredit. Ganz im Geiste des zuvorkommenden Gastgeber appellierte die Schweizer Hotel-Revue am 19. August: Der Hotelier sollte «sein Möglichstes zur Erleichterung und Abwicklung des Geldverkehrs beitragen. Es liegt im Interesse des guten Rufes unserer gesamten Hotellerie [sic] [...], wenn jeder schweizerische Hotelier seinen fremden Gästen, soweit sie ihm persönlich als ehrenhaft und solvent bekannt sind, in ihrer schwierigen Lage [...] ein verständnisvolles Entgegenkommen zeigt».

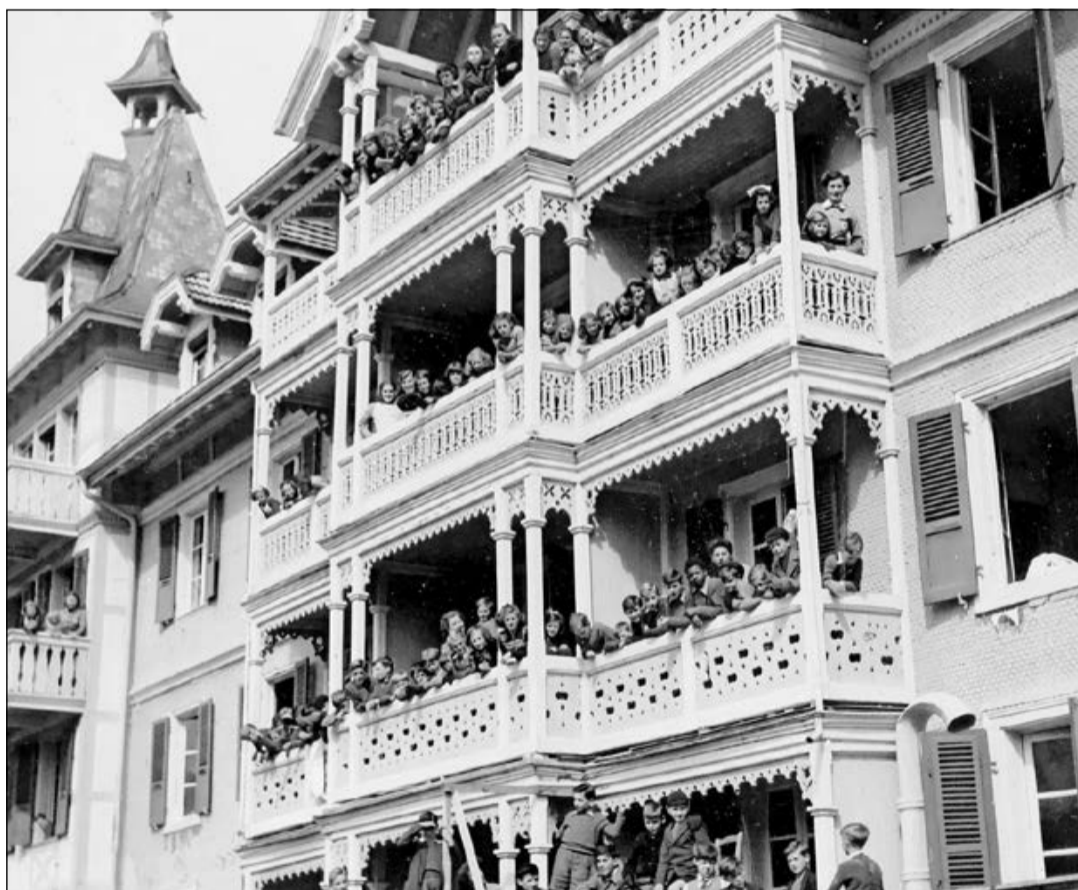
Viele Hoteliers liessen ihre Gäste abreisen, ohne Wertgegenstände aus deren Reisegepäck als Pfand zu verlangen. «Reisen Sie nur ruhig ab, Sie bezahlen dann, sobald Sie können, oder wenn Sie im nächsten Jahre wiederkommen», zitierte unsere Zeitung einen unbekanntem Hotelier. Doch die grosszügigen Gastgeber blieben oft auf Zahlungsverprechungen sitzen, welche die säumigen Gäste nie einlösen sollten. Die «offenen Rechnungen» der Gäste des Beau-Rivage Palace in Lausanne beliefen sich im Oktober 1915 auf 109 000 Franken. Bis September 1919 – also rund ein Jahr nach Kriegsende – wuchs diese Summe auf 310 000 Franken an.

Die Nahrungsmittel- und Energieversorgung der ressourcenarmen Schweiz hing bei Kriegsausbruch zu 40 Prozent von Importen ab. Bis 1918 sanken die Lebensmittelinflüsse auf ein Drittel des Vorkriegsniveaus, die Rohstoffimporte nahmen um rund die Hälfte ab. Ein staatliches Getreidemonopol sowie Rationie-

Oben: Amerikanische Soldaten dürfen nach Kriegsende 1945 ihre Ferien als Belohnung für ihre Dienste in der Schweiz verbringen (hier in Luzern).

Rechts: Im Herbst 1914 bezog General Ulrich Wille sein Hauptquartier im Berner «Bellevue Palace», samt Waffen, Gepäck und Generalstab.

Keystone, Schweizerisches Bundesarchiv



Das Grand Hotel Adelboden diente unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg als Heim für britische Kinder, die nach dem Krieg zur Erholung in die Schweiz kamen.

Bundesarchiv Bern

rungrmassnahmen ab 1917 konnten nicht verhindern, dass es 1918 zu einem Ernährungsnotstand der Bevölkerung kam. Die Konsumentenpreise verdoppelten sich bis Kriegsende, und auch die Kohle wurde knapp. Keine Branche litt unter dem die Schweiz umzingelnden Weltkrieg mehr als die Hotellerie. Die ohnehin ums finanzielle Überleben kämpfenden Hoteliers standen vor der zusätzlichen Herausforderung, den Ansprüchen der verbliebenen Gäste gerecht zu werden. In unserer Zeitung publizierten Hoteliers Menübeispiele aus einfachen Gerichten, um ihren notleidenden Kollegen kreativen Beistand zu leisten. Ein «besserer Landgasthof im Kanton Zürich» zum Beispiel schlug in einer Ausgabe im Mai

1917 als Diner vor: «Erbssuppe mit Sago, Hörnli au fromage, Kalbs-Voressen mit Pommes purée, Savarin au Rhum.»

Ein kleiner Trost blieb den Hoteliers: Nun Opfer der Krise, galt die noch bis Mitte 1914 als dekadent und unsittlich verschriene Branche urplötzlich wieder als sympathisch und konnte auf das Mitgefühl von Volk und Politik zählen. Schon im August 1914 schrieb unsere Zeitung: «Seit Ausbruch des Weltkrieges ist die Hotelindustrie Gegenstand eines rührenden Interesses seitens der Tagespresse. Grosse Zeitungen und kleine Blättchen bringen Berichte über das Fiasko der diesjährigen Saison, und was man in normalen Zeiten niemals beobachten konnte, heute wird es Tat-

sache, dass weite Kreise die wirtschaftliche Bedeutung des Reiseverkehrs für unser Land endlich anerkennen. Es hat lange gedauert!»

Der Bund sah dem Elend in der Branche nicht tatenlos zu. 1915 erliess er ein de facto Bauverbot für neue Hotels, um einer Zunahme der Konkurrenz entgegenzuwirken. Diese sogenannte Bedürfnisklausel sollte bis in die 1950er-Jahre in Kraft bleiben. Mit Entschuldungsprogrammen und Preiskonventionen für Lebensmittel versuchte die Politik, Zusammenbrüche in der Hotellerie zu verhindern. Eine gewisse Entlastung brachten auch die Gründung der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ) gegen Kriegsende sowie 1921 die Bildung der Schweizerischen Hotel-treuhand AG (SHTG) zur Sanierung des Gastgewerbes.

Vergebliches Hoffen auf bessere Zeiten im Fremdenverkehr

Mit dem Waffenstillstand im November 1918 endete zwar der Krieg aber nicht die Krise in der Hotellerie. Bis sich die darniederliegenden europäischen Volkswirtschaften zu erholen begannen, sollten Jahre vergehen. Die russischen Revolutionswirren ab

Aufstieg und Fall Über 80 Prozent weniger Gäste in nur wenigen Jahren

Das kleine **Montreux** stampfte zwischen 1870 und 1914 fünfzig Hotels aus dem Boden. Bei Kriegsbeginn verfügte der Ort über 85 Hotels mit 8000 Betten und empfing 75 000 Gäste pro Jahr. Vier Jahre später waren es deren nur noch 18 000.

Die **Stadt Luzern** verzeichnete 1892 rund 78 000 Besucher. Im Jahr 1900 kamen bereits 140 000, zwischen 1910 und 1913 überstieg ihre Zahl 200 000 pro Jahr. Im ersten Kriegsjahr 1914 bilanzierte Luzern noch 104 000 Besucher, 1915 waren es nur noch 30 000 – darunter gerade mal

9000 Ausländer. Die Zahl der Hotelbetten sank während des Krieges von 9400 auf 5400.

1929 besuchten 4969 ausländische Gäste **St. Moritz**. Demgegenüber standen lediglich 673 Schweizer Gäste. Ein Jahr vor Ausbruch des Zweiten Weltkrieges waren es 3535 ausländische und 800 Schweizer Gäste. 1943 fanden gerade noch 67 Gäste aus dem Ausland den Weg in das Engadiner Bergdorf, und auch die Zahl der inländischen Gäste lag nur bei 579. pt

Quellen: «Palaces», Thierry Ott, 1990; «Rote Revue», Dezember 1948.



«Der schweizerische Fremdenverkehr und das an ihm beteiligte Gasthofgewerbe wird durch den gegenwärtigen Krieg ungemein hart getroffen. Das Überangebot an Betten, das sich bereits Anfang des 20. Jahrhunderts bemerkbar machte [...] sowie die Depressionsperioden von 1914 bis 1924 und von 1929 bis 1936 haben die Widerstandsfähigkeit des Gasthofgewerbes sozusagen völlig vernichtet. Die aufgelaufenen Zinsen und Forderungen, die notwendige Modernisierung der Anlagen sowie die seit den Jahren 1910-1913 sinkende Tendenz der Frequenz haben

eine dermassen hohe Fehlinvestition zur Folge gehabt, dass selbst in den besten Jahren nach dem letzten Kriege, also 1925 bis 1928, die Durchführung normaler Abschreibungen unmöglich war. Die Hoffnung auf eine Periode wieder ansteigenden Fremdenverkehrs, die die angeordnete Situation vielleicht etwas gemildert und die Durchführung einer auf lange Sicht betriebenen Entschuldungsaktion ermöglicht hätte, ist nun mit einem Schläge zunichte gemacht worden. Man muss zugeben, die Lage des Gasthofgewerbes ist als katastrophal zu bezeichnen.»

Schweizer Hotel-Revue, 5. Oktober 1939

1917 drückten zusätzlich auf das Reisegeschäft mit der reichen Kundschaft aus dem untergegangenen Zarenreich. Erst Mitte der 1920er-Jahre konnte die Schweizer Hotellerie etwas aufatmen.

Die Hoffnungen auf ein endgültiges Ende der schweren Krise waren jedoch erneut nur von kurzer Dauer: Mit dem Börsencrash von 1929 und der darauffolgenden Weltwirtschaftskrise schlitterte die Branche erneut an den Rand des Abgrunds. Um die Kapitalflucht und die Kündigung von Auslandskrediten zu stoppen, hob Deutschland im Sommer 1931 den freien Devisenverkehr auf und erliess eine Ausreisegeldgebühr von 100 Reichsmark. Die Folge: Die Zahl der Gäste aus dem nördlichen Nachbarland brach gegenüber dem Vorjahr um mehr als 70 Prozent ein. Insgesamt betrug der Gästeausfall in der Schweiz fast 50 Prozent. In der Wintersaison 1931/32 fehlten vielerorts bis zu 80 Prozent der Gäste, zahlreiche Saisonbetriebe eröffneten gar nicht erst.

Kaum begann sich die Branche gegen Ende der 1930er-Jahre zu erholen, zerschlug der Ausbruch des Zweiten Weltkriegs 1939 die letzten Illusionen über eine dauerhafte Erholung des schweizerischen Hotelgewerbes. Der Tourismus aus dem Ausland brach erneut zusammen. Der zunehmende Inlandtourismus

konnte die Ausfälle nur zum Teil kompensieren. Wie schon im Ersten Weltkrieg quartierte die für den Ernstfall bereitstehende Schweizer Armee in zahlreichen Schweizer Heerleute ein, wofür die Hoteliers Entschädigungspauschalen erhielten. Je länger der Krieg jedoch andauerte, desto weniger deckten die Entschädigungen die tatsächlichen Kosten für Kost und Logis der Soldaten. Erneut stellten zahlreiche Häuser den Betrieb ein.

In der Zwischen- und Nachkriegszeit stand die Schweizer Hotellerie wiederholt vor der paradoxen Situation, dass sich die europäische Konkurrenz trotz der erlittenen Kriegsverheerungen und Wirtschaftskrisen überraschend stark präsentierte. Während viele Hotels im Ausland nach den Kriegen bei null anfangen mussten, veralteten die Hotels in der Schweiz zusehends. Auch während der Inflationszeit nutzten Hoteliers in Deutschland, Frankreich und Italien die Gunst der Stunde, um in ihre Inneneinrichtungen zu investieren und etwa die Schlafzimmer mit fliessendem Wasser auszustatten. Die Schweizer Hoteliers kamen dadurch in Zugzwang und mussten trotz angespannter Finanzlage Investitionen tätigen. Bis der Tourismus in der Schweiz wieder das Vorkriegsniveau erreichte, dauerte es bis in die 1960er-Jahre.

Qualität als Antwort

Schwierige Nachkriegszeit, Wirtschaftskrisen der 1970er- und 1990er-Jahre: Magere Jahre zwingen Schweizer Hoteliers, die Qualität ihrer Dienstleistungen zu überdenken.

LAETITIA BONGARD

Es wird viele Jahre dauern, bis die tiefen Wunden, die ein Vierteljahrhundert hinterlassen hat, auch nur teilweise verheilen», schreibt Franz Seiler, Präsident des Schweizer Hoteliervereins (SHV), im November 1946 in der Schweizer Hotel-Revue. Der Zweite Weltkrieg hat die Schweizer Hotellerie massiv geschwächt. 1945 liegen die Übernachtungszahlen um 6 Millionen hinter denen von 1937 zurück. Die Branche steht überall vor Herausforderungen: geschlossene und alternierende Hotels, Rentabilitätsprobleme, Personalmangel, Ungewissheit über die Wiederaufnahme der internationalen Beziehungen.

Ferienhotels haben noch mehr als Stadthotels Mühe, den Betrieb wieder aufzunehmen. Der Mangel an Saisonpersonal macht ihnen besonders schwer zu schaffen. 1945 ist die durchschnittliche Auslastung der Hotels auf 23 Prozent gesunken. 50 Prozent brauchen es, um die Kosten zu decken, mahnt unsere Zeitung wiederholt. Dem dringenden Renovationsbedarf – «vor allem, um den Komfortwünschen unserer künftigen Gäste zu genügen» – steht das «Missverhältnis zwischen den Baukosten und der Rendite des Hotels» entgegen. Die Hoteliers sprechen sich für Preiserhöhungen aus, um ihre Margen zu vergrössern und «ihre Existenz zu sichern». Der Bund ergreift ebenfalls Massnahmen zur Unterstützung von Hotelrenovierungen.

Die Branche muss aber auch modernisieren, um verlorene Kunden zurückzugewinnen. Von allen Seiten wird nach Wiederbelebung des internationalen Tourismus verlangt. «Wir müssen unbedingt erreichen, dass die Grenzen wieder geöffnet und Lösungen für die sehr komplexen Währungsprobleme gefunden werden», liest man im Januar 1946. Die internationale Politik macht den Hoteliers Sorgen, besonders in Genf, wo man um die Zukunft des Völkerbunds bangt. 1946 wirft Jean Armleder, Präsi-

«Aus den Ölkönigen sind die Ferienprinzen geworden»

«Ahlan fi suisa» titelt die Hotel-Revue im November 1974 in Arabisch, zu Deutsch «Willkommen in der Schweiz». Während die Ölkrise im europäischen Tourismus einen bitteren Geschmack hinterlässt, erkennt die Hotel-Revue das Potenzial eines neuen Marktes: die «bisher inexistente» Kundschaft aus den arabischen Ländern. Sie könnte die Verluste auffangen, in den wichtigen Märkten Europa und den USA registriert werden. «Vielleicht werden die Emirate eines Tages zu Ferienländern und die Scheichs zu Tourismusministern! [...] Jetzt also der arabische Markt – aber warum auch nicht? Vor knapp zehn Jahren



Ölpreiskrise, November 1973. Das Benzin verteuert sich schlagartig. Viele ausländische Gäste verbringen ihre Ferien lieber zu Hause.

htr Nov./1973

dent des Verbandes der Genfer Hoteliers, die Frage auf, «ob Genf wieder zu dem wichtigen internationalen Zentrum wird, das es einst war». Wie der SHV-Präsident ist auch er «weniger überzeugt, dass die Eröffnung neuer Hotels nötig ist». Franz Seiler wiederum will überstürzten Wettbewerb und «gewagte» Investitionen vermeiden und spricht sich für eine «Bewilligungspflicht für Hotelöffnungen und -vergrösserungen» aus.

Als im April 1946 das Hôtel Majestic in Montreux mit 28 Zimmern wiedereröffnet wird, gilt es als Musterbeispiel für in der Nachkriegszeit erstrebenswerte Renovierungen. Es sei «eines der komfortabelsten und modernsten der Region», schreibt unsere Zeitung, «mit hellen Tapeten in freundlichen Zimmern, durch deren hohe Fenster viel Sonnenlicht eindringt. Tische, Stühle, Sessel, geräumige Schränke, Telefonapparate auf den Nachttischen – für den Komfort des Gastes ist alles da.» Doch eine solche Modernisierung sollte nicht allen Luxushotels gelingen.

Sommer 1974: «Das grosse Ferienfest wird nicht stattfinden»

Mit 36,9 Millionen Übernachtungen erreicht die Schweizer Hotellerie 1972 nach Jahren des Wachstums einen neuen Rekord. Es ist der Höhepunkt vor dem Fall. Die Ölkrise von 1973 erschüttert den Schweizer Tourismus kalt. Inflation, Kaufkraftrückgang, hohe Parität des Schweizer Fran-

«Die Hoteliers waren sicher nicht darauf gefasst, als «Kriegsgewinnler» behandelt zu werden, während ihre Betriebe kaum rentieren und sie unter der Bürde angehäufter Schulden und Steuern zusammenbrechen und nicht wissen, womit sie die Renovationsarbeiten bezahlen sollen, die ihr Haus nötig hätte.»

Schweizer Hotel-Revue, 17. Januar 1946. Reaktion auf einen Artikel, in dem der Heizungs- und Servicezuschlag angegrangert wird.

kens. «Im Sommer 1974 wird das grosse Ferienfest nicht stattfinden», schreibt die Hotel-Revue im August 1974. Viele Touristen bleiben aus, vor allem aus England (-34 Prozent Logiernächte), aber auch aus den USA, Italien und Frankreich (-15 bis -17 Prozent).

Zwischen 1972 und 1976 erreicht der Verlust mit 4,6 Millionen Hotellogiernächten -12 Prozent. Bis Ende 1975 sind die ausländischen Übernachtungen schon um fast 3 Millionen zurückgegangen. «Auf die Euphorie der Hochkonjunktur folgte die harte Realität des Alltags, der nie mehr so sein wird wie zuvor», schreibt die Hotel-Revue im Januar 1977. Den Redaktor erinnert diese Zeit der «mageren Kühe» an die Krisen der 1930er-Jahre und der Kriegszeit.

Was die Statistiken höchstens andeuten: Mit der Krise der 1970er-Jahre erreicht die Tourismusindustrie einen Wendepunkt. Sie erkennt, dass sie kein Monopol mehr hat. Sie muss sich der wachsenden Konkurrenz aus dem Ausland, aber auch durch die Parahotellerie stellen und sich neuen Reisesitten anpassen. In dieser Zeit finden auch die ersten amerikanischen Hotelketten den Weg in die Schweiz. Die Schweizer Hotellerie muss über die Bücher gehen und ihr Image beim helvetischen Publikum aufpolieren. Hohe Preise lassen sich nur mit Qualität und persönlicher Gästebetreuung rechtfertigen. Destinationen und Hoteliers organisieren sich kooperieren in der Werbung und im Einkauf.

Als SHV-Präsident Franz Dietrich 1974 von der Hotel-Revue befragt wird, erwartet er, dass nicht alle 3500 Mitglieder die nächsten zehn Jahren überleben werden. Sein Erfolgsrezept: «Der Schweizer Hotelier darf seine Be-

mühungen um die Qualität seiner Präsenz im Betrieb, seiner individuellen (aber den Wünschen seiner Gäste entsprechenden) Dienstleistungen, der Gästebetreuung und der Ambiance nie vernachlässigen. Intakte Chancen haben Häuser, in denen man überall das Herz und die Hand des Gastgebers spürt.» Dynamik ist gefragt, besonders gegenüber neuen Märkten wie dem Nahen Osten (s. Kasten). Modernität ist Trumpf. Das Traditions-Argument scheint an seine Grenzen zu gelangen. «Allem Charme der Vergangenheit zum Trotz: Man kann nur so viel Nostalgie verkaufen, wie gekauft wird», warnt die Hotel-Revue im Januar 1977.

Der Qualitätsarbeit wieder zu «hoher Wertschätzung» verhelfen

Franz Dietrich hatte die Lage richtig eingeschätzt. Infolge der Krise der 1970er-Jahre schrumpft die Zahl der Hotels bis 1995 um ein Viertel. Von der Restrukturierung sind vor allem Häuser mit weniger als 50 Betten betroffen, die jetzt nur noch 37 Prozent der Branche ausmachen. Die Wirtschaftskrise der 1990er-Jahre beschleunigt die Entwicklung weiter. Dazu kommen neue Herausforderungen wie die Informatik und das Aufkommen des Low-Cost-Tourismus.

Die Branche bemüht sich, der Wachstumsabschwächung auch positive Seiten abzugewinnen, wie «das Schwinden mancher Exzesse der Hochkonjunkturjahre, vor allem indem der Arbeits- und Dienstleistungsqualität wieder zu der einstigen hohen Anerkennung des «Schweizer Gütesiegels» verholfen wird», schreibt die Hotel-Revue im März 1991. Das Ende des Golfkonflikts in diesem Jahr wird mit «grosser Erleichterung» gesehen. Ein Bildungsspezialist ist allerdings wegen der «Krisenmassnahmen» mancher Hoteliers beunruhigt, die vor allem Praktikantinnen und Praktikanten treffen. «Dieser Vertrauens- und Attraktivitätsverlust kann der Hotelindustrie langfristig ein grosses Humanpotenzial entziehen», schreibt er im April 1991 in unserer Zeitung. Der Tourismus leidet bis 1996 unter dem Wirtschaftsabschwung. In diesem Jahr wird mit 29,7 Millionen Logiernächten das schlechteste Resultat seit 1965 verzeichnet.

Übersetzung Christina Miller

**Herzliche
Gratulation
zum 125.
Geburtstag!**



ROMER'S
Hausbäckerei

Trends frühzeitig aufnehmen

Der htr hotel revue wünscht hotellerie-suisse-Direktor Claude Meier eine gute Vermittlung der Themen und immer zahlreichere Nutzer.

DANIEL STAMPFLI

Claude Meier, wie erleben Sie die Medien im Wandel der Zeit?

Medien sind die sogenannte «vierte Gewalt» in einem Rechtsstaat. Sie schaffen Öffentlichkeit und tragen zu einer breiten sowie fundierten Information der Gesellschaft bei. Dies ist für mich ein wesentliches Element einer funktionierenden Demokratie. In den vergangenen Jahren konnte man national wie international eine Konzentration der Medienvielfalt beobachten. Gleichzeitig entwickelten sich die Informationskanäle vielfältig weiter. Als Mediennutzer informiere ich mich selbst heute täglich über einen breiten Mix bestehend aus Printmedien, TV, Radio, lese diverse Online-medien und tausche mich über

Social-Media-Kanäle aus. Die Medienkanäle werden dank der technologischen Entwicklungen zunehmend crossmedial eingesetzt respektive von den Medienkonsumenten genutzt.

Was können wir aus der Vergangenheit für die Zukunft lernen?

Nichts ist so beständig wie der Wandel. Die Bedürfnisse der Mediennutzenden wandeln sich mit der Zeit, und die Medienschaffenden und ihre Verlage müssen versuchen, diesen Bedürfnissen immer einen Schritt voraus zu sein. Eine Konstante bleibt aber: Qualität ist gefragt. Bestes Beispiel dafür ist unsere htr hotel revue. Dies ist nicht einfach eine Verbandspostille für unsere 3000 Mitglieder, sondern gilt mit rund 10 000 Abonnentinnen und Abonnenten als Qualitätsinformationsprodukt für die Tourismusbranche.

Wie soll sich die htr in Zukunft positionieren?

Wir verfolgen seit Anfang 2016 eine All-Media-Strategie. Die htr hotel revue erscheint seither als Printversion nicht mehr wöchentlich, sondern im Rhythmus von zwei Wochen. Inhaltlich legen wir darin den Fokus auf Grundlagenbeiträge; fünfmal

jährlich ergänzt durch das Magazin «Top hotel», das einen hervorragenden Branchen-Blick nach Deutschland ermöglicht und zudem einen spezifischen Schweiz-Fokus beinhaltet. Der Online-Bereich wurde in den letzten Jahren ausgebaut; insbesondere der tägliche Newsletter um 16.30 Uhr hat sich in der Branche etabliert. Ich weiss von Empfängern, die richtiggehend auf die Abendnews warten. Wer noch zeitnaher informiert sein will, folgt der htr auf Facebook. All diese Kanäle gilt es auch in Zukunft crossmedial zu bearbeiten. Zudem muss man die Entwicklung im Medienverhalten genau beobachten, um neue Trends frühzeitig zu erkennen und in die Weiterentwicklung der htr-Medienkanäle zu integrieren.

Was wünschen Sie der htr für ihre Zukunft?

Dass es ihr weiterhin gelingt, die wesentlichen Trends aus der Tourismusbranche frühzeitig redaktionell aufzunehmen und über die diversen Kommunikationskanäle adressatengerecht sowie qualitativ gut zu vermitteln. Und nicht zuletzt wünsche ich der htr zufriedene und immer zahlreichere htr-Nutzerinnen und Nutzer.



Claude Meier ist Direktor von hotellerie-suisse.

Nik Hunger

Seit Frühjahr 2008 hat die Zeitung eine eigene Website (htr.ch). Welchen Einfluss hat die Digitalisierung auf die Beherbergungsindustrie?

Bei der Digitalisierung darf man von einer industriellen und gesellschaftlichen Revolution sprechen, die dank neuen technologischen Möglichkeiten neue innovative Geschäftsmodelle, Automatisierungen,

Flexibilisierungen und Kunden-Individualisierungen ermöglicht. In den letzten Jahren haben sich so zum Beispiel in unserer Branche die Vertriebskanäle mit den internationalen Online-Plattformen massiv verändert. Die Qualitäts- und Markttransparenz ist über die Online-Gästebewertungsplattformen gestiegen. Neben der klassischen Hotellerie nimmt in

der Beherbergungswirtschaft die Sharing Economy, wie am Beispiel Airbnb gut erkennbar ist, eine zunehmende Bedeutung ein. Ich bin kein Orakel und kann nicht voraussagen, was sich in der Beherbergungsindustrie in den nächsten fünf Jahren dank der technologischen Möglichkeiten alles weiter verändern wird. Fakt ist jedoch, dass die Entwicklungen rasant vorangehen und man sich dem als Beherbergungsbetrieb nicht entziehen kann.

Wie wichtig sind Soziale Medien als Kommunikationsmittel für Hotellerie und Tourismus?

Heute werden keine Postkarten mehr versandt. Vielmehr werden individuelle Fotos über Soziale Medien mit seinem – auch virtuellen – Freundeskreis ausgetauscht. Fördern wir dieses Verhalten doch aktiv in unseren Betrieben. Denn die Sozialen Medien sind heute ein unabdingbarer Kommunikationskanal, mit dem man relativ kostengünstig mit Kundengruppen in den Dialog treten kann. Bei der Vielzahl an Möglichkeiten geht es aber vor allem herauszufinden, was zum eigenen Betrieb passt und was nicht.

Welche Themen aus der Vergangenheit werden künftig die Branche beschäftigen?

Der Fachkräftemangel und die Digitalisierung sind heute schon wichtige Themen, werden es in Zukunft aber noch mehr sein. Die nicht immer wettbewerbsfreundlichen Rahmenbedingungen, die Währungssituation und das Wetter dürften ebenfalls Dauerbrenner bleiben.

ANZEIGE

Neue Farben für noch mehr Geschmack

NEU ab April 2017

Desserts schmecken noch süßer, Deftiges noch kraftvoller: Farben beeinflussen, wie wir Speisen wahrnehmen

Tork LinStyle® Premium Servietten in den modernen Trendfarben Senf, Minze, Koralle und Anthrazit unterstreichen dabei den Geschmack Ihres Essens ebenso wie das umgebende Ambiente.



www.tork.ch
+41 (0) 8 48 - 81 01 52



125 JAHRE UND KEIN BISSCHEN LEISE.

*Die hotelrevue ist seit 1892 die quicklebendige Stimme einer urschweizerischen
KMU-Branche. WIR als KMU-Netzwerk freut sich sehr über Ihren Erfolg.
Bleiben Sie laut!*



Gemeinschaft.
Mehrwert. Bank.

Abwertung fremder Währungen und überbewerteter Franken: Darunter litt der Schweizer Tourismus immer wieder, wie der Blick auf die Währungsgeschichte zeigt.

DANIEL STAMPFELI

Beim erstmaligen Erscheinen der damaligen Hotel-Revue im Jahre 1892 waren Währungsbeziehungen bzw. -probleme in der Schweiz noch kein Thema. Denn im 19. Jahrhundert und bis zum Ausbruch des Ersten Weltkrieges waren alle Währungen an den Goldwert gebunden. Dieser sogenannte Goldstandard garantierte Stabilität und verhinderte Auf- und Abwertungen. «Faktisch herrschten damit feste Wechselkurse», erklärt Wirtschaftshistoriker Tobias Straumann von der Uni Zürich. Der Schweizer Franken und die anderen Währungen waren stabil und Inflation gab es keine, was sich positiv auf den Schweizer Tourismus auswirkte.



Der Schweizer Franken war in den vergangenen hundert Jahren eine stabile, zeitweise jedoch überbewertete Währung.

Archiv der Schweizerischen Nationalbank/Montage htr

Lateinische Münzunion brachte stabile Währungsbeziehungen

Erstmals zum Thema wurde der starke Franken in den frühen 20er Jahren. Denn laut Straumann war der Schweizer Franken in den ersten Jahren nach dem Ersten Weltkrieg sehr stark. «Deutschland hatte Hyperinflation, entsprechend stürzte die deutsche Währung ab. Frankreich, Italien und Österreich hatten ebenfalls Inflation.» Deshalb war es für die Gäste aus diesen Ländern sehr teuer, Ferien in der Schweiz zu verbringen – ähnlich wie in der heutigen Zeit mit dem starken Schweizer Franken. Der Goldstandard wurde 1924 erneut eingeführt und wurde bis 1931 aufrechterhalten. Dies sorgte erneut für relativ ruhige Währungsbeziehungen.

Eine andere Einrichtung, die für Stabilität sorgte, war die Lateinische Münzunion, eine Währungsunion zwischen Frankreich, Belgien, Italien, Griechenland und der Schweiz. Diese bestand faktisch bis 1914 und formal bis Ende 1926 und legte fest, dass die geprägten Münzen in den betreffenden Ländern gleichwertig waren. Die Schweizer Hotel-Revue vom 16. Dezember 1926 dazu: «Die belgische Regierung hat im Jahr 1925 ihren Rücktritt von der im November 1885 abgeschlossenen lateinischen Münzunion erklärt. Infolge dieser Tatsache war die Frage zu prüfen, ob für die

übrigen Staaten, die der Münzunion angehören, diese weiter bestehe oder nicht. Nach durchgeführter Prüfung [...] hat der Bundesrat nun das Politische Departement beauftragt, der französischen Regierung die Auffassung des Bundesrates zur Kenntnis zu bringen, wonach die im Jahre 1885 [...] abgeschlossene Münzunion infolge der erwähnten Kündigung von seiten [sic] Belgiens mit Wirksamkeit vom 1. Januar 1927 hinweg für alle beteiligten Staaten als aufgelöst zu betrachten sei.»

Börsencrash 1929 führte verzögert zu überbewertetem Franken

Dann um 1930 schlug die Weltwirtschaftskrise wie ein Erdbeben ein, ausgelöst durch den Börsencrash an der Wallstreet am 24. Oktober 1929. Die Schweizer Beherbergungsindustrie machte sich laut der Schweizer Hotel-

Revue vom 28. November 1929 keine Sorgen: «Erfreuliche Perspektiven für den künftigen Amerikanerbesuch eröffnet soeben der Herausgeber des grossen amerikanischen Magazins «World Traveler». Sie sind umso angenehmer, als die Serie der Börsenkrache da und dort Befürchtungen wach werden liess, als ob die Feringelder vieler Amerikaner hinweggewischt worden seien. Nach dem Herausgeber George R. Martin dürften nur Kürzungen sehr langer Aufenthalte in Europa, solche von 6 Monaten z. B. in



«Der Schweizer Franken ist die stabilste Währung der letzten 100 Jahre.»

Tobias Straumann
Wirtschaftshistoriker Uni Zürich

Betracht kommen. Die übergrosse Mehrzahl der Touristen aber sei nach wie vor imstande, ihre Europareise durchzuführen, als nichts vorgefallen sei.»

Und in der Schweizer Hotel-Revue vom 27.3.1930 war zu lesen: «Der Präsident der amerikanischen Restaurant Association, Stoddard, gibt [...] bekannt, dass die Verbandsmitglieder im 4. Quartal 1929 [...] um 5% höhere Einnahmen als in der gleichen Periode des Vorjahres zu buchen haben. Auch das soll als Beweis dafür gelten, dass die Auswirkungen

des Kraches «nur an der Oberfläche geblieben» seien. Die Richtigkeit dieser Angaben wird allerdings von anderer Seite bezweifelt!»

Viele Währungen wurden damals um bis zu 40 Prozent abgewertet. Die Schweiz, Frankreich und die Niederlande versuchten bis 1936, ihre alten Währungen zu verteidigen, was zu einer massiven Überbewertung auch des Schweizer Frankens führte. «Dies war für den Tourismus brutal», so Tobias Straumann. Zum Thema wurden der US-Dollar, die D-Mark, der Franc, das Pfund und die Lira für den Schweizer Tourismus dann wieder ab 1971. Denn damals wurde der US-Dollar erstmals abgewertet.

«Nun ist es soweit», ist der Hotel-Revue vom 16. Dezember 1971 zu entnehmen. «Was Experten vorausgesehen und Fremdenverkehrsfachleute befürchtet

haben, ist eingetreten: Auslandsreisen werden für US-Bürger voraussichtlich um 8% teurer. Für den schweizerischen Fremdenverkehr [...] stellen sich damit nicht gerade erfreuliche Prognosen.»

Eine Kurzumfrage der Hotel-Revue Anfang Januar 1972 zeigte bereits erste negative Konsequenzen. Über die vorangehenden Festtage habe im Berner Oberland die Nachfrage stagniert. Amerikanische Gruppenreisen und internationale Kongresse hatten Absagen erteilt. «Die Auswirkungen der Dollar-Abwertung werden erst für den Sommer erwartet. Besonders Häuser, die sich auf Gruppen spezialisiert haben, dürften davon betroffen werden.»

Ab 1973 verlor der US-Dollar konstant an Wert

Im Januar 1973 stellte die Nationalbank ihre Dollarkäufe zur Stützung des Wechselkurses bis auf Weiteres ein. Der Dollar erfuhr eine Abwertung um 10 Prozent. Zur gleichen Zeit beschlossen die führenden Industrieländer Europas, den Kurs ihrer Währungen bis auf Weiteres gegenüber dem Dollar floaten zu lassen.

«Die Hotellerie im Währungschaos», titelte die Hotel-Revue am 8. März 1973. «Der Dollarkurs ist nun bei uns innerhalb von ein paar Wochen von Fr. 3.75 auf wenig mehr als 3 Franken gefallen. Es ist klar, dass der Kurszerfall des Dollars vor dem schweizerischen Fremdenverkehr nicht Halt macht. Noch wissen wir nicht, was aus dem Dollar schliesslich wird, oder [...] in welche Höhen die internationale Währungsspekulation den Schweizer Franken noch emportreiben kann.»

Das System von Bretton Woods mit seinen fixen Wechselkursen endete im Jahre 1973, und der Dollar verlor weiter konstant massiv an Wert. Die 70er-Jahre waren nach den 30er-Jahren laut Tobias Straumann die nächste schwierige Phase. Von 1973 bis 1979 wurde der Franken immer wieder schubweise aufgewertet, gegenüber dem Dollar aber auch gegenüber der D-Mark. 1978 wurde erstmals eine Untergrenze gegenüber der D-Mark eingeführt.

In den 1990er-Jahren war die leichte Aufwertung des Schweizer Frankens gemäss Tobias Straumann kein allzu grosses Problem. Stärker ins Gewicht fiel die Immobilien- und Bankenkrise. Während sechs Jahren litt die Schweiz unter einem Null-Wachstum mit relativ hoher Arbeitslosigkeit. Der starke Franken wurde erst ab 2010 wieder zum Thema.

Trotz allen Turbulenzen während den letzten 125 Jahren ist für den Wirtschaftshistoriker Tobias Straumann klar: «Der Schweizer Franken ist die stabilste Währung der letzten 100 Jahre.»

Währungsprobleme: kein Thema der Neuzeit

Trouvaillen herausgepickt aus den 125 Jahren Hotel-Revue

Ur-Klassifikation

Worin unterscheiden sich Hotel, Gasthof und Gasthaus?

Das Sekretariat des «Landesverband» der Kur- und Fremdenverkehrsvereine Tyrols richtet an den Schweizerischen Hotelier-Verein nachfolgendes Cirkular: «Da es vielfach vorkommt, dass sowohl unter den Interessenten des Gastwirthgewerbes als auch im allgemeinen Publikum eine nicht vollkommen klare Vorstellung herrscht über den Unterschied zwischen Hotel, Gasthof und Gasthaus, so möchte das gefertigte Sekretariat den Versuch machen, in dieser Frage Klarheit zu schaffen. [...] Die Merkmale der einzelnen Kategorien hätten sich erstens auf die Anlage und Bauausführung, zweitens auf die Einrichtung und Ausstattung und drittens auf die Führung, Direktion, Hausordnung, Personal etc. des Etablissements zu beziehen.»

9. April 1892

Destinationsmarketing

Immer in die eigene Tasche, dabei ist jedes Mittel recht

Es ist wieder einmal offen und frei festzustellen, dass das regionale Denken bei Werbung und Verkauf, beim Handeln und harten Geschäften ganz einfach aufhört, denn dann ist klar jeder ein Konkurrent. Die lokalen Brotgeber des Kurort-Managers interessiert es wenig, was in der Region passiert, denn für sie sind nur eingebrachte Logiernächte in den eigenen Ort bare Münze! Alles andere gehört ins Reich der Fabel und Illusion. Zugegeben: Vereint schlagen – getrennt kämpfen, oder umgekehrt, aber immer in die eigene Tasche! Und dabei ist scheinbar jedes Mittel recht: Preis-Tiefschläge – nur um Logiernächte zu produzieren! –, Gratis-Tage, Einladungen und anderes mehr. So hart geht es (auch) auf dem Touristik-Markt zu.

20. April 1978

Personalpolitik

Der in Not geratenen, verheirateten Kellner gedenken

Mit Rücksicht auf die grosse Arbeitslosigkeit seiner Mitglieder gelangte kürzlich der Schweizerische Bedienungspersonal-Verband an unsere Vereinsleitung mit dem Ersuchen, die Prinzipalität zur vermehrten Einstellung männlichen Servicepersonals aufzufordern. Da die Vorzüge des Tafeldienstes, von Männern ausgeführt, zu bekannt sind, als dass sie noch einer besonderen Begründung bedürften, machen wir von dem Gesuch des Schweizerischen Bedienungspersonal-Verbandes an dieser Stelle Mitteilung, mit der Bitte, beim Engagement von Saalpersonal speziell der zahlreichen in Not geratenen, verheirateten Kellner zu gedenken.

6. April 1933

Hotelier-GV im Rhonetal

In 20 Zweispannern und mit dem schönen Geschlecht

Alle, welche dem Hotelierverein des Rhonethales und Chamonix angehören, hatten sich gegen Mittag in dem sauberen Industriestädtchen Monthey in festlicher Stimmung eingefunden, um die diesjährige Generalversammlung in Champéry zu begehnen. Zum ersten Male seit Bestehen des Vereins war an dem Feste das schöne Geschlecht vertreten, wenn auch nicht zahlreich, so doch immerhin in genügend grosser Zahl, um demselben einen Glanz zu verleihen, den man künftighin nur ungern vermissen möchte. Nach kopiösem Lunch [...] setzte sich die Karawane in ca. 20 Zweispannern in Bewegung, um etwas nach 5 Uhr ihren Einzug in das mit Kränzen, Blumen und Flaggen überaus reizend geschmückte Champéry zu halten.

9. Juni 1900

Vereinsversammlungen

Mitglieder wollen es nicht länger «trocken»

Wie bekannt, fanden früher die eintägigen, sogenannten «trockenen» Versammlungen, stets im Bahnhof Olten statt. Die Beteiligung, jeweilen zwischen 20 und 30, bewies zur Evidenz, dass es eine gute Dosis Vereinsliebe brauchte, um sich für derartige Versammlungen, bei welchen es sich sozusagen nur um kommen, arbeiten und wieder gehen handelte, zu derangieren. Die Versammlung von 1898 in Solothurn, welche ebenfalls eine eintägige war, hat bewiesen, dass den Mitgliedern noch etwas mehr geboten werden muss, als nur Traktanden, und diejenige von Aarau drückte jedermann vollends überzeugt haben, dass ein Übergang von den «trockenen» Versammlungen zu «halb-trockenen» dem Willen der Mitglieder entspricht.

16. Juni 1900

PASST EINFACH GUT ZUSAMMEN



Concardis bedankt sich für die **starke Partnerschaft** und wünscht zum **125. Jubiläum alles Gute.**

Als hotelleresuisse Mitglied profitieren Sie von attraktiven Kreditkartenkommissionen und interessanten Terminal-Offerten.

Gerne berate ich Sie persönlich – rund um die Uhr.

Christian Ess



concardis
your payment expert

Christian Ess
Concardis Schweiz AG
Leutschenbachstrasse 95
8050 Zürich

Telefon: 079 852 67 76
E-Mail: christian.ess@concardis.ch



Jederzeit à jour: So hat sich das Erscheinungsbild der Hotel-Revue entwickelt

Zeig mir deine erste Seite und ich entscheide, ob ich dich lesen will. So findet das Erscheinungsbild einer Zeitung seine Entsprechung zum berühmten ersten Eindruck im zwischenmenschlichen Bereich. Die Frontseite will dem Leser signalisieren, was das Blatt ihm zu bieten hat. Umgekehrt verrät sie uns natürlich viel über die Zeit, als sie kreierte wurde. Und da ist die Entwicklung des Blattkopfs über 125 Jahre interessant. Aus unzähligen kosmetischen und umfassenden Anpassungen der Hotel-Revue stellen wir Ihnen die gestalterisch interessantesten Beispiele vor.

Paul Le Grand, Korrektor htr und bildender Künstler



1892
Genauso prägnant und einladend wie die Beschriftung an der Hotelfassade: Das Verbandsorgan startet mit einer klaren Typo-Lösung.



1892 – 1896
Nach wenigen Wochen der erste Wechsel. Im Stil des Historismus wird verschnörkelt, der Schriftzug tönt aber bereits den fließenden Jugendstil an.



1902 – 1904
Im neuen Jahrhundert bescheint die Sonne ein idyllisches Hotelland: Glückliche Besucher posieren vor Grandhotel und Bergkulisse.



1917
Bei uns zeigt sich die Belle Epoque nicht etwa mondän und verspielt, sondern als stilisierte Theaterkulisse.



1921 – 1949
Man wird wieder konkret. Und ernst: Die behäbige, schnörkellose Schrift zeugt von schweren Zeiten.



1950 – 1959
Jetzt kann man aufatmen. Sehr elegant und befreit schreitet die Hotel-Revue in eine vielversprechende Zukunft.



1959 – 1982
Die weltberühmte saubere Schweizer Typografie zeugt von viel Selbstvertrauen. Und ab Juli 1970 taucht das htr-Blau zum ersten Mal auf.



1994 – 1999
Prominenter Auftritt des Tourismus im Zeitungstitel: Die htr ist geboren. Mit kursiver Schrift wird Dynamik signalisiert.



1999 – 2007
Die Millenniums-Version lädt die Leser mit Bildarrissen ein, in die weite Welt der Gastfreundschaft einzutreten.

Trouvailles herausgepickt aus den 125 Jahren Hotel-Revue

Stadthotellerie Neue Hotelbetten ohne Personal?

Dass in den Grossstädten unseres Landes Hotelzimmer fehlen und daher an sich Platz für neue Hotels besteht, ist nicht bestritten. Dieser Fragenkomplex kann aber nicht ohne Rücksicht auf die Arbeitsmarktlage behandelt werden. Denn mit dem Bau neuer Hotels werden keine zusätzlichen Arbeitskräfte bereitgestellt, im Gegenteil, das vorhandene Potential verteilt sich auf immer weitere Anwärter, ohne dass die Produktivität der Gesamtbranche sich verbessern würde [...] Es wäre viel eher widersprüchlich, wenn beispielsweise in Zürich neue Hotels errichtet werden und diese ausländische Arbeitskräfte zugeteilt erhalten, während bestehende Hotels ihren Betrieb nicht mehr in gebührender Weise aufrechtzuerhalten vermöchten.

19. September 1968

Leserbrief Butterberg und Hotel-Portionen

Während diverser Aufenthalte in Schweizer Hotels las ich verschiedentlich in der Presse vom kolossalen Butterberg, der sich in Schweizer Kühlhäusern anreicherte. Man kann vermuten, dass sich dieser – noch ehe er ranzig zu werden droht – auf einen Wert von 400 Millionen Franken bezieht. Und nun stellte ich meine Betrachtungen an beim täglichen Frühstück in unseren guten Schweizer Hotels. In einem Falle wurden mir für 60 Franken Tagespension zwei würfelzuckergrosse Butterportionen serviert, und in einem anderen Hotel erhielt ich beim Frühstück zu zweit fünf der kleinen, bekannten Röllchen. Machen sich eigentlich die Hoteliers keine Gedanken über die «dünne» Leistung am Frühstückstisch?

15. August 1968

ITB Berlin Von den Sorgen eines Berichterstatters

Das Beste, was man vom Reisen nach Hause bringt, ist die heile Haut (persisches Sprichwort). Diesen Stossseufzer mögen in diesem Jahr alle ITB-Teilnehmer getan haben. Die Überfülle der Pressefrühstücke, Presselunches, Podiumsdiskussionen, Mitgliederversammlungen, Get Togethers, Cocktails, Film-, Ballett- und Nationaltheateraufführungen erschlägt die Fachbesucher, Presse und wohl auch die Veranstalter selbst. Am Mittwoch zum Beispiel gab es von 07.45 Uhr bis 20 Uhr nicht weniger als 28 Vreanstaltungen. [...] Allen Schweizern, die in Versuchung geraten könnten, an der ITB eine Pressekonferenz abzuhalten, sei deshalb dringend abgeraten.

11. März 1976

Tourismuspreis Die Geburtsstunde des Milestone

Gastkommentar von Barbara Rigassi, damals noch in der Geschäftsleitung beim Seco: «Der Schweizer Tourismus befindet sich in einer Aufschwungphase. Sie könnte längere Zeit dauern, wenn die Arguren der (New Economy) Recht haben. Günstige Wachstumsaussichten lähmen aber oft den Willen, rechtzeitig die notwendigen Strukturen für das langfristige Überleben zu schaffen. Es ist heute aus diesen Gründen der richtige Zeitpunkt, um die gestiegene Innovations- und Kooperationsbereitschaft im Schweizer Tourismus mit der Lancierung eines Tourismuspreises zu verstetigen. [...] Wir unterstützen deshalb mit Nachdruck die Initiative der hotel+tourismus revue für einen Schweizer Tourismuspreis.

23. März 2000

Abendverkauf Seile mitten durch das Spielwarengeschäft

Ein Sonderproblem für die Fremdenverkehrszentren stellt die Gestaltung des Abendverkaufs dar, soweit ein solcher durch die gesetzlichen Vorschriften überhaupt zugelassen ist. In Luzern bestehen relativ enge Schranken, indem der Abendverkauf lediglich für Souvenirläden, Tabakgeschäfte und Kioske zugelassen ist. Es ergeben sich daraus zum Teil groteske Situationen. So hält ein sehr bedeutendes Spielwarengeschäft an zentraler Lage die Ladentüren offen. Der Zugang zu den Regalen mit Spielwaren ist indes durch handfeste Seile abgesperrt, frei ist ausschliesslich der Zutritt zu den Souvenirartikeln. Der Eindruck, der so auf die mit unseren Vorschriften nicht vertrauten Gäste gemacht wird, ist mehr als bedenklich.

13. August 1964



*Schwob gratuliert der htr hotel revue
zum 125-jährigen Jubiläum.*

Schwob AG
Leinenweberei und Textilpflege
3401 Burgdorf
schwob.swiss

Schwob
textiles of Switzerland

Fliegerei gab Hotels Schub

Die Flughäfen machten aus touristisch unverdächtigen Flecken Hotel-Hochburgen. Doch der Wettbewerb an den Airports Zürich und Genf wird zunehmend härter.

ANDREAS GÜNTERT

Als 1892 die erste «Hotel Revue» erschien, hüpfte ein Mann in Berlin durch eine Kiesgrube. Ein gewisser Otto Lilienthal hatte sich Flügel angeschnallt und versuchte, durch die Steglitzer Lüfte zu gleiten. Mit unterschiedlichem Erfolg. Mindestens zwei Dinge konnte sich der Luftfahrtpionier damals wohl kaum vorstellen: Wie er mit seinen Versuchen die Airline-Entwicklung beflügelte. Und wie dies später ein eigenes Beherbergungs-Genre gebären würde: die Flughafenhotellerie.

Jeder wichtige Flughafen dieser Welt wird heute von klobigen Airport-Hotels umkränzt. Hocheffiziente Bettenburgen sind es, die starke Belegungsraten zeigen und einen beträchtlichen Anteil der Zimmerkapazitäten in ihren Destinationen bündeln.

Auch an Schweizer Interkontinentalflughäfen thronen Supertanker. Sechs der zwölf grössten Hotels des Landes stehen an zwei grossen Airports. Crowne Plaza, Mövenpick und Starling heissen die Hotel-Riesen in Genf-Cointrin; am Airport Zürich sind es Hilton, Mövenpick und Radisson Blu. Von den 9650 Hotelzimmern in Genf entfallen 23 Prozent auf die Flughafen-Häuser. In Zürich zeigen die jüngsten Monatszahlen die Airport-Relevanz. Logiernächte Stadt Zürich: 188 000. Logiernächte Flughafenregion: 81 000.

Erstes Hilton und erstes Holiday Inn der Schweiz

Allerdings dauerte es ein Weilchen, bis man die Relevanz der Flughafenhotels erkannte. Am

Airport Kloten, der 1948 eröffnet wurde, herrschte lange grosser Bettenmangel, «ein ansehnlicher Teil der Flughafengäste musste ins benachbarte Luzern und St. Gallen ausquartieren werden», schreibt Riet Pfister im Neujahrsblatt «Welcome to Opfikon». Der exzellente Kenner der Flughafenhotellerie leitete von 1986 bis 2004 das Glattbrugg-Mövenpick.

Als erstes Flughafenhotel der Gegend gilt das Hotel Airport, das 1964 in Glattbrugg eröffnete. Danach wurde das Städtchen von einem Hotel-Doppelschlag erweckt: 1970 eröffnete das erste Schweizer Hilton, das mit einer besonderen Attraktion punktete: der «Swunch», ein Brunch mit Schwimmbadbesuch. 1973 öffnete das erste Holiday Inn der Schweiz, mit Mövenpick als Franchise-Partner. Doch Ölkrise und Überkapazitäten setzten der US-Marke zu. 1982 übernahm Mövenpick das Haus und zementierte die Hotel-Hochburg. Opfikon-Glattbrugg gilt in puncto Logiernächte als achtwichtigste Destination der Schweiz – vor Leuchttürmen wie Interlaken, St. Moritz oder Montreux.

Das Swissair-Grounding als Zäsur

Geopolitische Konflikte und Zimmer-Überangebot – zwei Konstanten wirkten sich immer wieder aus in der Flughafenhotellerie. Besonders 2001, als die New Yorker Terroranschläge vom 11. September und kurz darauf das Swissair-Grounding ein Stress-



Im Jahr 1973 wurde in Opfikon-Glattbrugg das erste Holiday Inn der Schweiz eröffnet, mit Mövenpick als Franchise-Partner.

Szenario brachten: «Das Grounding war für uns insofern ein Schock, weil es überraschend kam und nicht nur die Swissair, sondern alle mit der Swissair verbundenen Unternehmen davon betroffen waren. Entsprechend war der ganze Flughafenmarkt in Mitleidenschaft gezogen, was kurz- und mittelfristig nicht mit anderer Nachfrage gedeckt werden konnte», erinnert sich Marcel Wohlgemuth, CEO der Klotener Welcome Hotels. Man verlor damals von einem Tag auf den anderen je nach Betrieb zwischen 6 bis 8 Prozent Umsatz. Zur familiengeführten Gruppe gehören neben fünf Häusern in Baden, Basel, Bern und Zürich die Klotener Flughafenhotels Welcome Inn, Fly Away und Allegra. Dazu das 1991 erwor-

bene Hotel Airport in Glattbrugg, das per Juni 2017 neu öffnet als Welcome Homes mit 22 Hotelsuiten und 32 Business-Apartments.

Die Gruppe der Welcome Hotels hielt sich im Herbst 2001 über Wasser, indem man die bestehenden Beziehungen zu den Stammfirmen noch stärker pflegte und mit der Swissair-Nachfolgerin Swiss und anderen Airlines, die zusätzliches Geschäft übernommen hatte, neue Beziehungen aufbaute. Und langsam erholte sich das Business wieder.

Seit dem Swissair-Grounding kamen Tausende neuer Betten hinzu. Und es begann eine Entwicklung, die sich mit der Finanzkrise 2007 verstärkte, sagt ein Kenner der Vorgänge: «Die Flughafenhotellerie war von 1970 bis 2000 nachfragegetrieben, danach aber vor allem aus Immobiliensicht angeheizt.» Will heissen: Weil der Büromarkt in der Gegend litt, brachten Immobilienentwickler ständig neue Hotelbauten auf den Markt – und internationale Marken griffen beherzt zu. Die Krux: Anders als in Wirtschafts-

wunderjahren wird der Flughafen Kloten nicht mehr unbeschränkt weiter wachsen können. Die Hotel-Kapazität aber nimmt zu. Etwa durch die Marke Hyatt, die mit zwei neuen Häusern 560 Zimmer lancieren wird.

Wachstum lässt Profite sinken

Er erwarte eine anspruchsvolle Weiterentwicklung um den Flughafen, sagt Marcel Wohlgemuth, CEO der Welcome Hotels: «Das Angebot an Hotelzimmern hat stetig zugenommen, die Kurzfristigkeit der Buchungen hat sich akzentuiert und die Loyalität der Bucher hat ab-

genommen. Auch in Zukunft wird der Markt am Flughafen dynamisch und schnell bleiben.»

Den grossen Kettenhotels entgegentreten

Koenig bleibt trotz der Nähe des preisgünstigen Frankreichs optimistisch: «Vor allem Geschäftsleute und Kongressteilnehmer ziehen es vor, in der Schweiz zu übernachten. Der Gruppentourismus hat etwas abgenommen und wurde teilweise durch Individualreisende kompensiert, vor allem von Schweizer Gästen.»

In Zürich wählt Marcel Wohlgemuth eine Vorwärtsstrategie: Auf Winter 2018 eröffnet seine Gruppe in Kloten das 3-Sterne-Haus Allegra Lodge mit 72 Zimmern und 14 Business-Apartments. Den «Big Names» aus der Kettenhotellerie will er mit einer eigenen Positionierung trotzen: «Spezialisierte Hotels werden in diesem Verdrängungswettbewerb bessere Karten in der Hand halten. Entsprechend möchten wir unsere Hotels im Budget-Design und Smarthotel-Segment positionieren.»



Hotelzimmer, die heute antiquiert wirken, galten in den frühen Siebzigerjahren als modern.

Bilder Mövenpick Zürich Airport



«Auch in Zukunft wird der Markt am Flughafen dynamisch und schnell bleiben.»

Marcel Wohlgemuth
CEO Welcome Hotels

ANZEIGE

Business Partner:

Exklusive Konditionen für Mitglieder von hotelleriesuisse

www.hotelleriesuisse.ch/partner



HUBERT

HUBERT ist der zuverlässige Partner für die Gastronomie und Hotellerie. Die Firma hält ständig über 6.000 Artikel in ihrem hochmodernen Logistikzentrum für Sie bereit. Neben vielen bekannten Marken bietet HUBERT auch zahlreiche innovative, selbst entwickelte Produkte an.



MASERATI

Am 1. Dezember 1914 wurde in Bologna, Italien, das Unternehmen Officine Alfieri Maserati gegründet. Seitdem hat Maserati Sportwagensgeschichte geschrieben. Aus einem einst kleinen Unternehmen entwickelte sich Maserati zu einer bedeutenden internationalen Automobilmarke, die heute in über 60 Ländern präsent ist.

EINRICHTUNGEN & INNENAUSBAU

HOTELAMBIENTE AUS DEM SCHWARZWALD

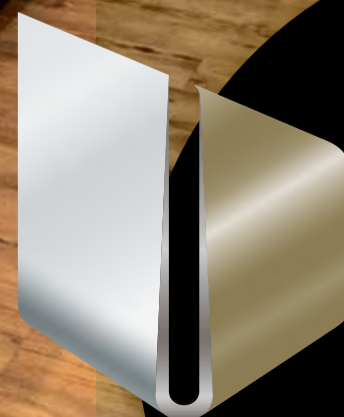


HERZLICHEN
GLÜCKWUNSCH
DER HOTEL REVUE ZUM
125-JÄHRIGEN JUBILÄUM!



BAUR

WOHNFASZINATION SEIT 1882



german
brand
award
17
nominee

L'art de déceler les tendances

Directeur d'hotelleriesuisse, Claude Meier évoque la numérisation comme une révolution industrielle et sociale. Entretien.

DANIEL STAMPFELI

Claude Meier, comment envisagez-vous le rôle des médias dans une perspective temporelle?

Dans un état de droit, les médias sont considérés comme le «quatrième pouvoir». Ils réalisent un travail de diffusion et assurent la bonne information de la société. A mes yeux, ils représentent un rouage essentiel dans une démocratie. Au cours des dernières années, on a observé une concentration des médias au niveau national et international. Simultanément, les canaux d'information se sont développés dans des directions très variées. Personnellement, je m'informe quotidiennement à l'aide d'un large éventail de supports, qui se compose de journaux imprimés, de stations de radio et de télévision, de divers médias électroniques et de mes échanges sur les réseaux sociaux. Le développement technologique a favorisé une évolution en direction d'une utilisation de type cross-media.

Que le passé nous apprend-il sur l'avenir?

Il nous enseigne que rien n'est aussi constant que le changement. Comme les besoins des utilisateurs des médias se modifient avec le temps, les journalistes et les éditeurs doivent tenter d'avoir toujours une longueur d'avance. Une constance demeure toutefois, l'exigence de la qualité. Le meilleur exemple à cet égard est notre htr hotel revue. Elle ne représente pas uniquement un support qui assure la communication avec nos 3000 membres, mais s'est imposée comme une source d'information fiable pour la branche touristique avec ses quelque 10 000 abonnés.

Quel doit-être le positionnement de htr à l'avenir?

Depuis le début 2016, nous poursuivons une politique tous médias. htr ne paraît plus désormais toutes les semaines, mais avec une périodicité bimensuelle. Pour son contenu, nous nous concentrons sur des articles de fond. Cinq fois par année, elle se complète du magazine «Top hotel», qui délivre un intéressant aperçu sur les mutations de notre branche en Allemagne et comprend en outre un volet spécifique sur la Suisse. Le domaine en ligne a été considérablement étendu au cours des dernières années, en particulier avec la Newsletter quotidienne de 16h30 qui rencontre un



Claude Meier, directeur d'hotelleriesuisse.

Nik Hunger

large écho. Les personnes qui désirent être informées en temps réel nous suivent sur Facebook. Tous ces canaux seront travaillés à l'avenir de

manière interconnectée, selon le principe cross-media. De surcroît, il est indispensable d'observer l'évolution des médias avec une grande

attention afin de déceler précocement les nouvelles tendances et de les intégrer au développement ultérieur des canaux médiatiques de htr.

Quels souhaits formulez-vous pour l'avenir de htr?

J'espère qu'elle continuera à traiter en avant-première les tendances essentielles pour la branche touristique et à les communiquer aux personnes concernées par un bon travail journalistique. Je lui souhaite également de nombreux utilisateurs satisfaits.

Depuis le printemps 2008, le journal possède son propre site (htr.ch). Quelle influence la numérisation exerce-t-elle sur l'industrie de l'hébergement?

La numérisation est une révolution à la fois industrielle et sociale qui ouvre la voie à des modèles commerciaux novateurs, à des automatisations et à des prestations personnalisées pour les clients. Au cours des dernières années, les sites internationaux de réservation en ligne ont considérablement modifié les modes de commercialisation. Le marché est aussi devenu plus transparent grâce aux plateformes dédiées aux évaluations des clients. Hormis l'hôtellerie classique, la sharing economy gagne en importance, ainsi qu'Airbnb le démontre. Je ne suis pas devin et je ne peux prédire les changements que les développements techniques provoqueront dans l'industrie

de l'hébergement au cours des cinq prochaines années. Cependant, le progrès avance à grands pas et aucun établissement ne peut s'y soustraire.

Quelle signification revêtent les médias sociaux au titre de moyens de communication dans l'hôtellerie et le tourisme?

Aujourd'hui, on ne poste plus de cartes postales, on adresse des photos personnelles, également à ses amis virtuels. Il est nécessaire d'encourager activement ce comportement dans nos établissements, car les médias sociaux représentent un canal de communication indispensable qui permet de dialoguer avec des groupes de clients pour un coût relativement avantageux. Dans ce large éventail de possibilités, il convient de choisir celles qui s'adaptent le mieux à chaque entreprise.

Quels thèmes historiques seront-ils de nouveau d'actualité à l'avenir?

Le manque de main-d'œuvre et la numérisation sont des thèmes qui prendront davantage d'importance à l'avenir. Les conditions-cadres qui ne sont pas toujours favorables à la concurrence, la situation sur le front des devises et le climat représentent d'autres sujets qui retiendront assurément l'attention à l'avenir.

Traduction Jean Pierre Amon de la page 9

ANNONCE



Nous recherchons les projets et les personnes les plus innovants sur la place du tourisme suisse.

Posez votre candidature dès maintenant pour le MILESTONE 2017. **Délai d'inscription est le 31 août 2017** • www.htr-milestone.ch

Le MILESTONE est le prix officiel du tourisme suisse. Il est décerné par l'htr hotel revue et hotelleriesuisse, avec le soutien du SECO dans le cadre du programme d'encouragement Innoutour. La Fédération suisse du tourisme (FST) est le partenaire de la branche pour le MILESTONE.

htr hotelrevue

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Departament Federal de Economía,
de la Innovación et de la Recherche CEIIR
Secretariat d'Estat e Economia SEED

innovation
tourism

Tourism Partner

STV, FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse de tourisme
Federazione Svizzera del Turismo
Federazione svizra del turissem

Supporting Partners

ÉCOLE HÔTELLIERE
LAUSANNE

VERBAND SCHWEIZER TOURISMUSMANAGER
ASSOCIAZIONE SVIZZERA DEI MANAGER DEL TURISMO
ASSOCIAZIONE SVIZZERA DEL TURISMO
ASSOCIAZIONE SVIZZERA DEI MANAGER DEL TURISMO

Le tourisme suisse face aux crises du 20e siècle

L'hôtellerie au bord du gouffre

La Première Guerre mondiale a plongé le tourisme suisse dans une crise sans précédent. Les décennies suivantes ont également posé d'immenses défis aux hôteliers.

PATRICK TIMMANN

Jusqu'à l'éclatement de la Première Guerre mondiale, l'Europe a connu une période de paix et de prospérité inhabituellement longue. La Belle Époque se conjugait avec un essor ininterrompu et les distances sur le continent fondaient au fur et à mesure de l'extension du réseau ferroviaire. Les villes suisses et les vallées alpines, naguère encore isolées, attiraient les riches touristes étrangers, l'hôtellerie suisse se développait à un rythme inédit et le nombre des voyageurs qui se rendaient en Suisse a explosé en quelques décennies. Au premier semestre 1914, la plupart des grands hôtels affichaient des résultats record. Cette situation a cependant brutalement changé du tout au tout avec le début de la Première Guerre mondiale.

Une catastrophe pour l'hôtellerie suisse

Les tensions internationales qui s'étaient intensifiées au cours du mois de juillet avaient incité de premiers hôtes étrangers à mettre fin à leurs vacances en Suisse. Lorsque le conflit a éclaté, un vent de panique s'est emparé des touristes étrangers. Le 8 août, la Revue suisse des hôtels écrivait : «Le 31 juillet au soir, les chemins de fer d'Alsace et de Bade ont cessé leur exploitation sur le territoire suisse. La soudaine interruption du trafic est à l'origine d'un chaos généralisé qui s'est manifesté à Bâle dans une ampleur jamais connue jusqu'à présent. Sur le chemin du retour, des milliers d'hôtes étrangers qui avaient brusquement quitté la fraîcheur estivale des montagnes helvétiques ont convergé vers Bâle. La gare fédérale était nuit et jour occupée par une foule de plusieurs centaines de personnes. Les bagages s'amoncelaient dans le hall tandis que des monceaux de valises s'accumulaient sur les quais.»

A cet instant, une saison qui avait débuté sur les meilleurs auspices s'est définitivement transformée en désastre pour l'hôtellerie alpine. De nombreux établissements ont fermé leurs portes peu après le début de la guerre, parmi lesquels de grands hôtels de Gstaad, Maloja et Engelberg. Les touristes qui avaient tardé à interrompre leur séjour étaient retenus à la frontière suisse. Les milliers de voyageurs qui y sont demeurés pendant des semaines ou des mois logeaient dans des hôtels de ville. Si les hôteliers se sont félicités dans un premier temps de cette manne inespérée, leur liesse est apparue souvent prématurée. En effet, de nombreux clients se sont retrouvés dans l'incapacité de régler leur facture en raison de la paralysie



«Les dés sont jetés! La Russie mobilise, l'Allemagne mobilise, la France mobilise, les premiers coups de feu ont peut-être déjà été tirés dans la tragédie qui se dessine. La guerre! Cette malédiction se répand d'un pays à l'autre et menace de livrer toute une partie du monde aux flammes. [...] Nous envisageons avec une sourde inquiétude l'avenir de nombreux hôteliers, car l'année dernière s'est déjà conclue sur des résultats critiques qui ne laissent place à aucune charge supplémentaire. La saison est complètement ruinée. Certains hôteliers sont hantés par le spectre de la faillite et l'avenir du personnel apparaît également sous de sombres couleurs.»

Revue suisse des hôtels, 8 août 1914

presque complète du système de transfert de devises. Au début, les propriétaires n'ont pas hésité à accorder un généreux crédit à leurs hôtes. Le 19 août, Hotel-Revue appelait ses membres à «faire preuve de compréhension et à faciliter le bon déroulement des versements internationaux. Il est dans l'intérêt de la renommée de notre hôtellerie que chaque hôtelier suisse témoigne à ses hôtes étrangers, dans la mesure où ils lui paraissent solvables et dignes de confiance, une large compréhension pour leur difficile situation».

De nombreux hôteliers ont finalement autorisé leurs hôtes à se mettre en route sans conserver en gage les objets de valeur contenus dans leurs bagages. «Voyagez sans crainte! Vous nous paierez dès que vous le pourrez ou lors de votre prochain séjour en Suisse», ainsi rapportait notre journal les propos d'un hôtelier demeuré anonyme. Pourtant, nombre d'entre eux ont dû se contenter de promesses de paiement qui n'ont jamais été tenues. Les «factures ouvertes» laissées par les hôtes du Beau-Rivage Palace à Lausanne s'élevaient en octobre 1915 à 109 000 francs. En septembre 1919, près d'un an après la fin de la guerre, cette somme atteignait déjà 310 000 francs.

Des repas simples pour subvenir aux besoins des hôtes

Pour son approvisionnement en denrées alimentaires et en énergie, la Suisse dépendait à 40% des importations au début de la guerre. Jusqu'en 1918, les achats d'aliments à l'étranger se sont effondrés à un tiers du niveau d'avant-guerre alors que les importations de matière première s'étaient réduites de moitié. Le monopole étatique instauré sur

Entre 1941 et 1945, le Carlton Parc-Hôtel, à Genève, actuel siège du CICR, se présente comme le premier lieu d'accueil pour les petits Français en convalescence. Ci-dessus, les dortoirs, à droite la salle à manger.

images Archives fédérales Berne



A la fin de la guerre, en 1945, les soldats américains envahissent les gares suisses, attendant la suite de leur voyage. Leur gouvernement leur offre une récompense pour le devoir accompli. Des voyages en groupe en Suisse en font partie.

Keystone

les céréales et les mesures de rationnement qui sont entrées en vigueur en 1917 n'ont pu prévenir une situation d'urgence alimentaire au sein de la population. Entre 1914 et 1918, les prix avaient doublé et le charbon était devenu rare. Aucun secteur économique n'a autant pâti que l'hôtellerie de la guerre qui faisait rage aux portes de la Suisse.

Les hôteliers, qui luttait déjà pour leur survie, peinaient en outre à répondre aux exigences des quelques hôtes qui leur restaient. Dans notre journal, certains de leurs confrères donnaient des exemples de repas confectionnés à partir de mets simples. Ainsi, une «auberge de campagne renommée du canton de Zurich» proposait au titre de menu inven-

tif dans le numéro de mai 1917 un dîner «composé d'une soupe au pois avec sagou, de cornettes au fromage, d'un ragoût de veau servi avec une purée de pommes de terre, et d'un savarin au rhum».

Les hôteliers bénéficiaient toutefois d'une mince consolation. Frappée de plein fouet par la crise, cette branche considérée comme indécente et immorale jusqu'en 1914 avait conquis ses lettres de noblesse. Elle pouvait désormais compter sur la sympathie de la population et du monde politique. Hotel-Revue relevait déjà en août 1914 : «Depuis l'éclatement de la guerre, l'hôtellerie suscite un touchant intérêt de la part de la presse quotidienne. Les journaux locaux et nationaux relatent le fiasco de la saison actuelle et de

nombreux milieux reconnaissent l'importance économique du tourisme pour notre pays, ce qu'ils n'auraient jamais fait en temps ordinaire. Il leur en a fallu du temps!»

La Confédération n'assista pas sans réagir à la détresse de notre secteur. En 1915, elle a résolu d'édicter une interdiction de facto de construire de nouveaux établissements hôteliers afin d'éviter une intensification de la concurrence. Cette «clause de besoin» est demeurée en vigueur jusqu'au milieu des années 1950. A l'aide de programmes de désendettement et des conventions de prix pour les denrées alimentaires, l'administration fédérale a tenté de prévenir le complet effondrement de l'hôtellerie. Une relative détente est apparue avec la création de l'Office national du tourisme suisse (OFNS) à la fin de la guerre et, en 1921, de la Fiduciaire suisse des hôteliers (FSH) appelée à contribuer à favoriser l'assainissement de la situation économique des établissements hôteliers.

Les vains espoirs d'une période plus propice

L'armistice de novembre 1918 avait mis fin à la guerre, mais non à la crise de l'hôtellerie. Des an-

Grandeur et décadence Quand le nombre d'hôtes chute de 80%

Dans la petite ville de Montreux, cinquante hôtels étaient sortis de terre entre 1870 et 1914. Au début de la guerre, Montreux comptait 85 hôtels avec 8000 lits et recevait 75000 visiteurs par année. Quatre ans plus tard, ils n'étaient plus que 18000.

La ville de Lucerne recensait en 1892 quelque 78000 touristes. En 1900, ils étaient déjà 140000 et leur nombre dépassait 200000 par année entre 1910 et 1913. En 1914, Lucerne avait accueilli 104000 visiteurs alors qu'ils n'étaient plus que 30000 en 1915, dont 9000 venus de l'étran-

ger. Pendant la guerre, le nombre de lits a chuté de 9400 à 5400.

En 1929, 4969 visiteurs étrangers séjournèrent à Saint-Moritz. En outre, à peine 670 venaient de Suisse. Une année avant le début de la Seconde Guerre mondiale, la station engadinoise recensait 3535 visiteurs étrangers et 800 Suisses. En 1943, seuls 67 hôtes étrangers se sont rendus à Saint-Moritz et le nombre des touristes suisses n'a pas dépassé 579.

pt/jpa
Sources: «Palaces», Thierry Ott, 1990; «Rote Revue», décembre 1948.



«Le tourisme suisse est frappé de plein fouet par la guerre. L'excédent de lits, qui s'était déjà manifesté au début du XXe siècle [...] ainsi que les périodes de crise de 1914 à 1924 et de 1929 à 1936, ont entièrement annihilé la capacité d'endurance des hôteliers. Les intérêts et les créances en retard, la nécessaire modernisation des installations ainsi que la baisse de la fréquentation ont eu pour conséquence de telles carences en investissement

qu'il a été impossible de procéder à des amortissements normaux, même pendant les meilleures années de l'après-guerre, de 1925 à 1928. L'espérance d'une période où le tourisme connaîtrait un nouveau développement qui pourrait éclaircir quelque peu ce tableau et permettre de lancer une opération de désendettement à long terme a été brutalement réduite à néant. La situation des établissements hôteliers est réellement catastrophique.»

Revue suisse des hôtels, 5 octobre 1939

nées s'écouleraient encore avant que les économies européennes dévastées par la guerre ne commencent à se redresser. En outre, à partir de 1917, la Révolution russe avait tari la riche clientèle venue de l'ancien pays des tsars et ce n'est qu'au milieu des années 1920 que l'hôtellerie suisse a enfin bénéficié d'un certain répit.

Cependant, les espoirs de sortie de crise ont rapidement fait long feu. Avec le krach boursier de 1929 et la crise économique mondiale qu'il entraîna, la branche se trouvait une fois encore au bord du précipice. Afin de stopper la fuite des capitaux, l'Allemagne a rétabli le contrôle des changes au cours de l'été 1931 et instauré une taxe de sortie de 100 reichsmarks. Cette année-là, le nombre des voyageurs venus de l'autre côté du Rhin s'est effondré de plus de 70% par rapport à l'année antérieure. Au total, le nombre des touristes a chuté jusqu'à 50% au cours de la saison d'hiver 1931/1932. De nombreux établissements saisonniers ont purement et simplement renoncé à ouvrir leurs portes.

Les soldats suisses nourris et logés dans les hôtels

A peine la branche commençait-elle à ressentir quelques frémissements de reprise vers la fin des années 1930 que l'éclatement de la Seconde Guerre mondiale est venu balayer les illusions d'une relance durable de l'hôtellerie suisse. Le développement du tourisme national ne compensait

qu'en partie l'absence des visiteurs étrangers. Comme lors de la Première Guerre, l'armée suisse mobilisée avait pris ses quartiers dans un grand nombre d'hôtels qui recevaient des dédommements forfaitaires pour le logement et la nourriture des soldats. Cependant, plus le temps passait, moins ces montants étaient de nature à couvrir les frais effectifs. A nouveau, de nombreuses entreprises ont mis la clé sous la porte.

Dans l'entre-deux-guerres et dans l'immédiate après-guerre, l'hôtellerie suisse se trouvait une fois dans une situation paradoxale. En effet, malgré les dévastations provoquées par la guerre et les crises économiques, la concurrence européenne arborait une santé étonnamment bonne. Alors que de nombreux établissements étrangers étaient repartis de zéro à l'issue de la guerre, les hôtels suisses accusaient le poids des ans.

Pendant les périodes d'inflation, les hôteliers allemands, français et italiens avaient saisi l'occasion de réaliser des investissements et d'équiper par exemple leurs chambres de l'eau courante. Les établissements suisses n'ont eu d'autre choix que de leur emboîter le pas, en dépit de leur situation financière tendue. Ce n'est qu'au cours des années 1960 que le tourisme suisse a retrouvé son niveau d'avant-guerre.

Traduction Jean Pierre Ammon de textes en pages 6-7

La qualité en réponse à la crise

Difficile après-guerre, crise économique des années 1970 et 1990. Ces années maigres poussent l'hôtellerie suisse à remettre en question la qualité de ses services.

LAETITIA BONGARD

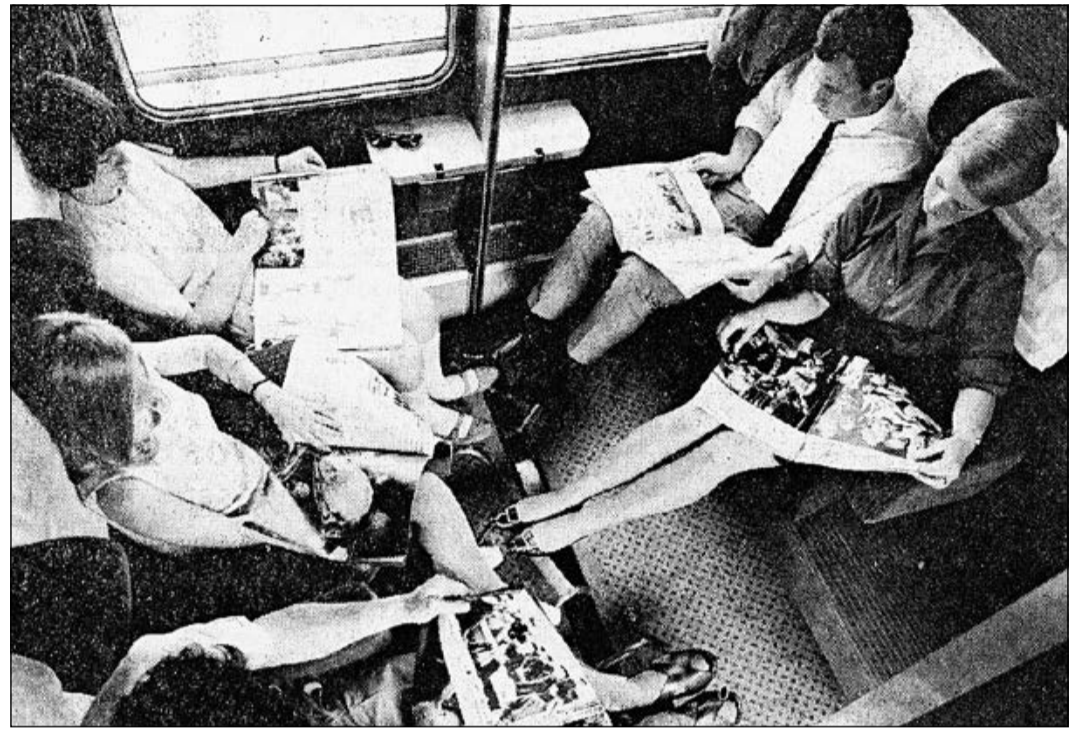
Il faudra de nombreuses années pour guérir, même partiellement, les profondes blessures qu'un quart de siècle a causées», écrit Franz Seiler, président de la Société suisse des hôteliers (SSH), en novembre 1946 dans la Revue suisse des hôtels. L'hôtellerie suisse sort profondément affaiblie de la Seconde Guerre mondiale. En 1945, elle totalise six millions de nuitées étrangères de moins qu'en 1937. Ses préoccupations sont multiples: hôtels fermés et vieillissants, rentabilité difficile, pénurie de personnel, incertitude de la reprise des relations internationales.

Les hôtels de villégiature peinent davantage à reprendre leurs activités que les hôtels de ville. Le manque de personnel saisonnier les touche particulièrement. Le taux d'occupation moyen des hôtels a chuté à 23% en 1945, alors que 50% sont nécessaires à couvrir les frais, rappelle à maintes reprises notre journal. Le besoin urgent de rénover – notamment pour répondre au «désir de confort de nos hôtes futurs» – se heurte à «la disproportion entre les frais de construction et le rendement de l'hôtel». Les hôteliers plaident en faveur d'une hausse des prix des pensions pour augmenter leurs marges et «permettre d'assurer leur existence». La Confédération adopte également des mesures pour soutenir la restauration des hôtels.

Se moderniser est également nécessaire pour reconquérir la clientèle perdue. De part et d'autre, on plaide en faveur de la reprise du tourisme international. «Nous devons absolument obtenir que les frontières se rouvrent et que des solutions soient apportées aux problèmes monétaires fort complexes qui se posent», écrit-on en janvier 1946. La politique internationale préoccupe les hôteliers, notamment à Genève, où l'on se soucie de l'avenir de la Société des nations. «Il faudrait savoir si Genève redeviendra l'important centre international qu'il était», interroge Jean Arledler, président du Syndicat des hôteliers Genève en 1946. Tout comme le président de la SSH, il se montre «moins optimiste quant à la nécessité de créer de nouveaux hôtels». Franz Seiler annonce quant à lui vouloir éviter une concurrence soudaine et les investissements «hasardeux».

«Les hôteliers ne s'attendaient certainement pas à se voir traités de «profiteurs de guerre» alors que leurs entreprises sont à peine rentables, qu'ils ploient sous le faix des dettes accumulées et des impôts, et qu'ils ne savent avec quels moyens exécuter les restaurations dont leur maison aurait besoin.»

Revue suisse des hôtels, 17 janvier 1946. Réaction à un article qui s'insurge contre le supplément de chauffage et de service.



Les voyages en train, de plus en plus confortables, se présentent comme une alternative face à la hausse du prix de l'essence au début des années 1970.

htr Oct./1973

Il approuve «l'obligation d'être au bénéfice d'une autorisation pour ouvrir ou agrandir un hôtel».

En avril 1946, la réouverture de l'Hôtel Majestic de Montreux avec 28 chambres concrétise les efforts de rénovations souhaités dans l'après-guerre. Il serait «l'un des plus confortables et modernes de la région» selon notre journal: «Des tapisseries claires égaient ces pièces où le soleil pénètre abondamment par de larges baies. Tables, chaises, fauteuils, armoires spacieuses, téléphone sur tables de chevet, tout est prévu pour le confort de l'hôte.» Tous les palaces ne parviendront néanmoins pas à passer ce cap de la modernité.

Été 1974: «La grande fête des vacances n'aura pas lieu»

Après plusieurs années de croissance, l'hôtellerie suisse bat un nouveau record de 36,9 millions de nuitées en 1972. Le pic avant la chute. La crise pétrolière de 1973 touche de plein fouet le tourisme suisse. Inflation, baisse du pouvoir d'achat, parité élevée du franc suisse. «En cet été 1974, la grande fête des vacances n'aura pas lieu», annonce hotel revue en août 1974. Les touristes absents sont avant tout anglais (-34% de nuitées en 1974), mais aussi américains, italiens et français (entre -15 et -17%).

Entre 1972 et 1976, la perte représente 4,6 millions de nuitées hôtelières, soit -12%. A fin 1975, les nuitées étrangères ont déjà fondu de près de 3 millions. «A l'euphorie de la haute conjoncture, allait succéder la dure réalité des choses quotidiennes qui ne seraient désormais plus jamais comme avant», écrit hotel revue en janvier 1977. Cette période de «vaches maigres» se situe selon le rédacteur dans la même lignée que la crise des années 1930 et la période de guerre.

Au-delà des statistiques, la crise des années 1970 se présente comme un tournant pour l'industrie touristique. Elle réalise qu'elle n'a plus le monopole. Elle doit affronter une concurrence croissante – venant de l'étranger mais aussi de la paratourisme – ainsi que de nouvelles mœurs de voyage. Cette période marque aussi l'arrivée des premières chaînes hôtelières américaines.

L'hôtellerie suisse doit reconsidérer ses acquis et redorer son image auprès du public helvétique. Soigner la qualité et personnaliser l'accueil se présente

«Pour le moment, les hôtels suisses bien que certains aient besoin d'être restaurés, paraîtront up to date, car chez eux aussi l'effort de guerre a empêché toute rénovation. [...] J'ai vu là-bas une station où tous les hôtels sont occupés jusqu'aux moindres recoins. Et tout y est délabré, bigarré... La Suisse romande paraîtra un véritable paradis.»

Revue suisse des hôtels, 11. 4. 1946

comme la seule manière de justifier des prix élevés. Les destinations et les hôteliers entament des collaborations, en termes de promotion et d'achats groupés notamment.

Interrogé par hotel revue en 1974, Franz Dietrich, directeur de la SSH, estime que les 3500 établissements membres ne pourront survivre au cours des dix prochaines années. Sa recette du succès: «L'hôtelier suisse ne devra en rien négliger ses efforts sur le plan de la qualité de sa présence, des services personnalisés (mais correspondants aux désirs des hôtes), de l'accueil, de l'atmosphère. Les maisons dans lesquelles l'on sent partout la «griffe» du patron conservent toutes leurs chances.» Le dynamisme est requis, notamment à l'égard de nouveaux marchés prometteurs comme le Moyen-Orient (lire ci-dessous). L'heure est à la modernité. L'argument de la tradition semble atteindre ses limites. «Tout dada du rétro mis à part, la nostalgie ne se vend pas

plus qu'elle ne s'achète», prévient hotel revue en janvier 1977.

Redonner à la qualité du travail son «haut niveau d'estime»

Franz Dietrich avait vu juste. Suite à la crise des années 1970, le nombre d'établissements diminue d'un quart jusqu'en 1995. La restructuration concerne avant tout les hôtels de moins de 50 lits qui ne représentent dès lors plus que 37% du secteur. La crise économique des années 1990 accélère cette mutation. Elle s'accompagne de nouveaux défis, tels que l'informatique et l'apparition du tourisme low cost.

On tente de voir dans ce ralentissement de la croissance des effets bénéfiques, comme «d'éliminer certains excès des années d'abondance, notamment en redonnant à la qualité du travail et des services le haut niveau d'estime dont elle jouissait sous le «label suisse», écrit hotel revue en mars 1991. Cette année-là, la fin du conflit du Golfe se présente comme un «grand soulagement». Toutefois un spécialiste de la formation s'inquiète des «mesures de crises» prises par certains hôteliers, notamment à l'encontre des stagiaires. «A long terme, cette perte de confiance et d'attraction de l'industrie hôtelière peut la priver d'un important potentiel humain», écrit-il en avril 1991 dans notre journal. Le tourisme pâtit du ralentissement économique jusqu'en 1996. Il enregistre cette année-là 29,7 millions de nuitées hôtelières, le niveau le plus bas depuis 1965.

«Les rois du pétrole sont devenus les princes des vacances»

«Ahlan fi suisra» écrit en arabe une de hotel revue en novembre 1974. Autrement dit: «Bienvenue en Suisse». Si la crise du pétrole de 1973 laisse un goût amer au tourisme européen, hotel revue décèle le potentiel d'un nouveau marché: la clientèle des pays arabes, «jusqu'ici inexistante». Elle pourrait contribuer à compenser les pertes enregistrées sur les principaux marchés, l'Europe et les USA.

«Un jour peut-être les émirats se transformeront-ils en pays de vacances et les cheiks en ministres du tourisme! [...] Le marché arabe, pourquoi pas? Il y a dix ans à peine, personne ne donnait une chance à la clientèle

japonaise. [...] Nous en voulons pour preuve l'indéniable augmentation de la clientèle arabe dans les hôtels européens, y compris dans les hôtels suisses. Et l'on assiste à des scènes pour les moins surprenantes: de riches Arabes, se déplaçant en jets privés et en somptueuses limousines, louent des étages entiers d'hôtel, jouent des fortunes dans les casinos, cherchent à acheter des villas... et à investir dans des constructions touristiques. Après les grands-ducs russes, les maharadjahs, les producteurs américains et les barons déchus, les rois du pétrole sont devenus les princes des vacances.» lb

De la main courante au PMS

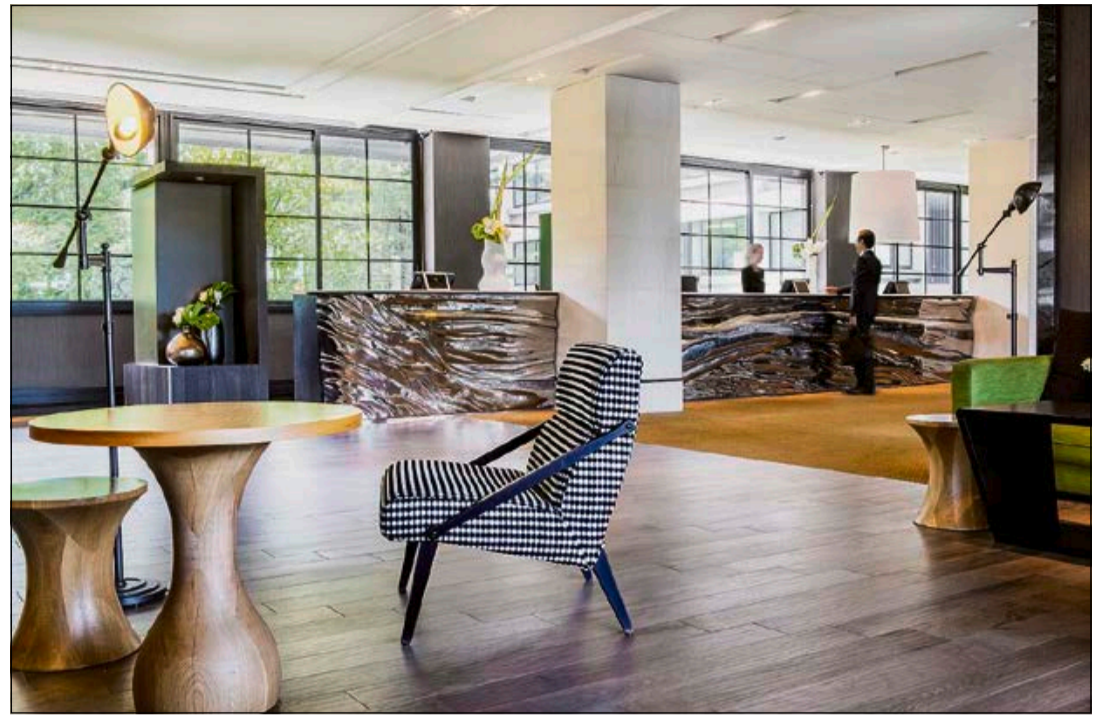
La technique informatique a profondément modifié le métier de réceptionniste. Et avec elle, le contact à la clientèle.

MIROSLAW HALABA

Un client - plus ou moins fatigué - arrive à la réception de l'hôtel... L'employé qui l'occupe lui adresse un sourire, un mot de bienvenue, et procède aussitôt aux opérations d'enregistrement. Ce face à face n'a pas changé depuis des décennies. Il est le propre d'un accueil hôtelier. Pourtant, derrière les apparences, tant la profession de réceptionniste que l'attitude du client se sont profondément modifiées avec l'arrivée de l'informatique.

La main courante - le grand livre dans lequel on inscrivait tous

les événements qui ponctuaient la vie de l'hôtel - a disparu au profit de l'ordinateur. Les réceptionnistes - encore 60% d'hommes en moyenne - trouvent sur leur écran tout ou presque pour satisfaire le client. Grâce aux logiciels de gestion, désignés par l'acronyme PMS (Property Management System), ils peuvent, entre autres, consulter les réservations, les transactions comptables, le statut des chambres et leur taux de fréquentation, sans oublier les profils des hôtes, qu'ils peuvent du même coup compléter. «Des chaînes hôtelières ont créé leur propre PMS qui



Au fil des ans, l'informatique a gagné en discrétion. Ici, la réception du Crowne Plaza Genève.

ltd

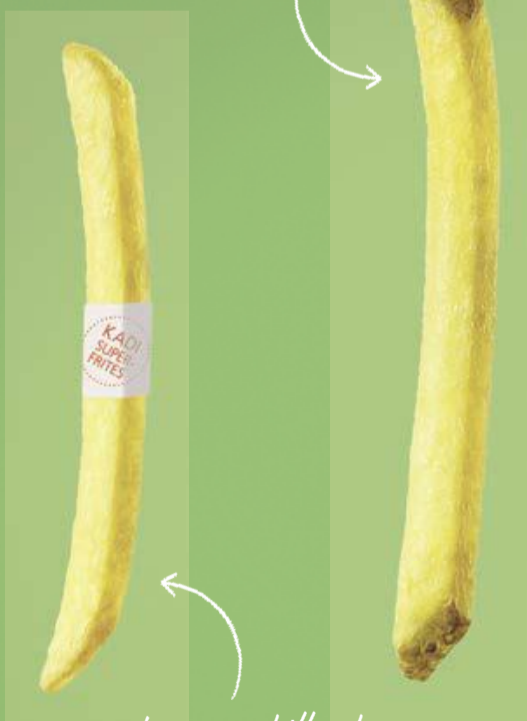
ANNONCE

50
ans

Les pommes frites sont notre point fort. Aujourd'hui comme demain.

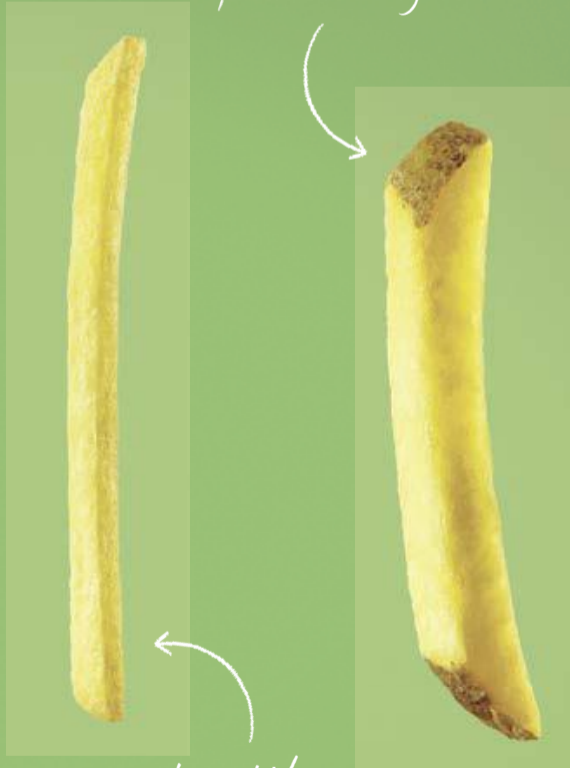
QUELLES POMMES FRITES CONVIENNENT À VOTRE CUISINE?

La régionale
Terroir Frites



La croustillante
Super-Frites

L'insolite
Super-Country Frites



La rapide
Express Frites

KADI⁺

Pour en savoir plus www.kadifrites.ch

fournit l'historique du client dans tous leurs établissements», explique Najib Arayer, sous-directeur à l'Hôtel Crowne Plaza Geneva et président de la section suisse de l'AICR, l'Amicale internationale des sous-directeurs et chefs de réception des grands hôtels.

Années nonante: la technique monte en puissance

L'ère informatique a véritablement débuté dans les réceptions au début des années 1990 avec les machines enregistreuses NCR 42. «Une grande révolution», indique Yannis Gerassimidis, directeur de l'Hôtel Continental à Lausanne. «On tipait les consommations, le logement, et la machine imprimait la facture.» Il se souvient que la réception occupait treize personnes. Il n'y en a plus que cinq aujourd'hui pour le même nombre de chambres. «On enregistrait chaque jour 25 à 40 walking check-in, arrivées sans réservation», ajoute-t-il. Egidio Marcato, enseignant à l'École hôtelière de Glion et ancien président de l'AICR Suisse, parle aussi de «révolution», mais en évoquant l'arrivée du programme Fidelio (toujours très prisé, tout comme le modèle Opera).

Les nouvelles techniques de télécommunication fleurissaient. Comme le relate l'Hotel revue en décembre 1994, PTT Télécom proposait aux hôteliers «plusieurs équipements» afin de faciliter les opérations de check-in, de check-out, la gestion des données clients. L'Hôtel Mirador au Mont-Pèlerin était «déjà dans le XXI^e siècle»: grâce au système Swiss Net les communications «ne transitaient plus par la réception». Les avis étaient unanimes: pour gérer les données toujours plus nombreuses, les collaborateurs de la branche touristique devaient disposer «d'un système d'information professionnel et qui soit d'utilisation facile», écrit l'Hotel revue en mars 1996.

La technique n'a pas fini de transformer l'activité d'une réception d'hôtel. Actuellement, c'est le check-in mobile qui est en train de faire sa place. Le groupe Accor le propose déjà, les chaînes Hilton et Marriott aussi, mais en mode pilote. Muni de son portable, le

client ne passe plus par la réception, et le système RFID (radio-identification), lui permet d'ouvrir la porte de sa chambre. «Une alternative pour les clients pressés», note Najib Arayer.

La réception est une interface entre le client et l'hôtel où le contact humain joue un rôle central. Très vite, l'apparition de la technique a soulevé la question du maintien de ce contact. Dans un article publié en janvier 1997, on pouvait lire que l'informatique est, certes, un «outil de travail indispensable», mais qu'il n'est pas sans effet sur le rapport avec le client. «Le premier contact avec l'hôtelier est perdu et le dialogue de vente avec les clients potentiels n'existe plus», déclarait Daniel Guilleminot, professeur à l'École hôtelière de Lausanne. Optimiste, Egidio Marcato - qui travaillait en ce temps-là à l'Hôtel Splendide Royal à Lugano - notait, pour sa part, que l'informatique n'arrivera «jamais à remplacer» à l'accueil, «la chaleur d'un sourire».

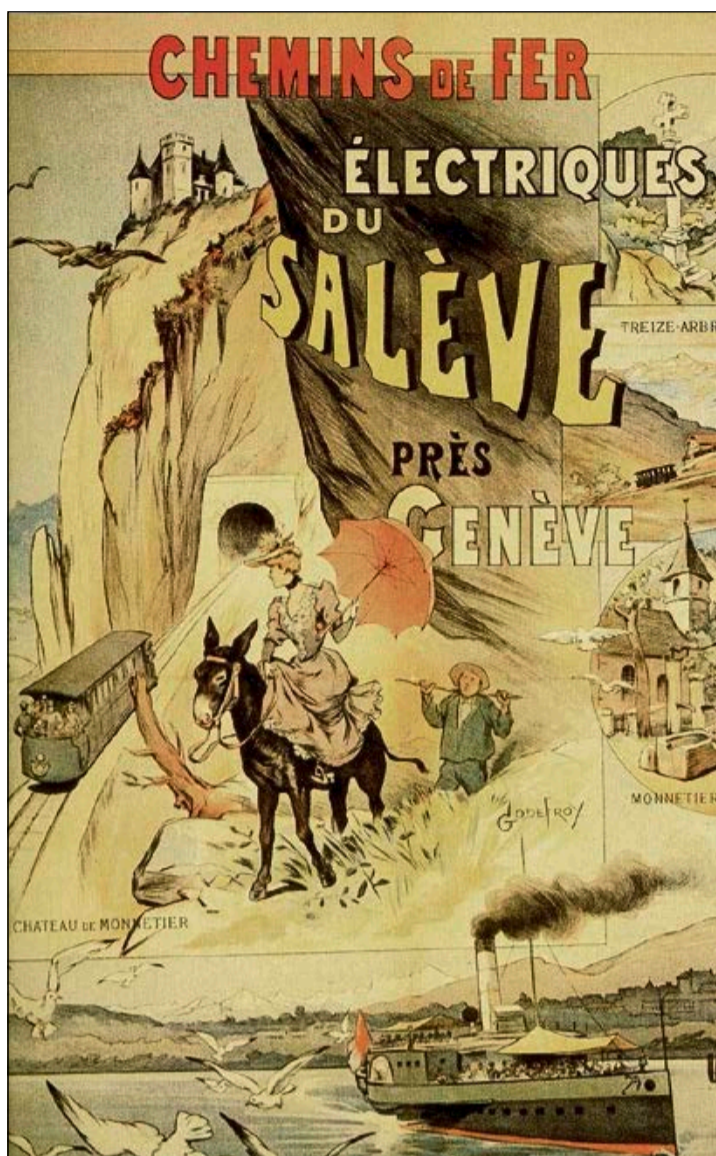
Une personnalisation du service toujours plus grande

Vingt ans plus tard, les réceptions occupées par du personnel existent toujours et leurs chances de subsister restent très bonnes, pour les établissements de gamme supérieure, en tout cas. Avec la montée en puissance des moyens de communication, le dialogue entre le client et la réceptionniste a évolué. Informé par Internet, l'hôte n'a plus besoin de passer à la réception pour obtenir des informations générales. Il cherche maintenant des conseils d'initiés.

«On s'achemine vers une personnalisation toujours plus grande du service, vers un échange personnel. Nous devons donc être à la page», explique Judith Schroeder, lauréate 2015 du Trophée Bucherer, prix du meilleur réceptionniste, organisé depuis 1995 par l'AICR. «C'est la force des réceptionnistes», note Najib Arayer. Révélateur aussi est le rapport qui s'établit désormais avec le client. «On ne lui demande plus uniquement comment s'est passé son séjour, mais ce qu'il peut nous dire pour que nous puissions nous améliorer», déclare Yannis Gerassimidis.



L'informatique révolutionne l'accueil hôtelier, ici en 1992. htr Nov/1992



Le chemin de fer du Salève, premier train à crémaillère électrique d'Europe, attire les touristes à Genève. Bibliothèque de Genève

Innover pour se démarquer

L'hôtellerie suisse a su se distinguer par son ingéniosité jusqu'à la Belle-Epoque. Avec le temps, elle réagit à la modernité plus qu'elle n'innove. Balade sur le fil sensible du progrès.

LAETITIA BONGARD

L'hôtellerie suisse s'illustre sur la scène internationale dès le 19e siècle en intégrant des innovations techniques. En plus d'améliorer le séjour des hôtes, cette modernité assoit sa réputation et sa position de leader. L'Hôtel des Bergues de Genève sera le premier hôtel en Suisse à proposer l'éclairage au gaz dès 1844 dans sa salle à manger. Le Grand Hôtel du Lac de Vevey, ouvert en 1867, est le premier à proposer un ascenseur hydraulique.

En 1892, lorsque sort le premier numéro d'Hôtel-Revue, ces innovations semblent se généraliser dans les grands hôtels. Les annonces de l'entreprise lucernoise Schindler – spécialiste en ascenseurs hydrauliques et électriques et en monte-plats hydrauliques – confirment cette progressive démocratisation. Il indique en 1902 avoir 400 installations à son actif en Suisse. Hôtel-Revue estime en 1896 que ces «améliorations» sont devenues «indispensables» pour

le voyageur, qui s'y est habitué. «En arrivant dans un hôtel, la première chose qu'il fait c'est de demander si ce dernier possède un ascenseur, la lumière électrique, des closets à l'anglaise, un lawn-tennis et autres aménagements coûteux de l'existence desquels dépend la durée de son séjour dans l'établissement.» Face à l'accélération du progrès, l'hôtelier doit continuer à investir, poursuit Hôtel-Revue: «A ces milliers doivent succéder d'autres milliers, et ce, non pas tous les dix ans, mais chaque année, chaque saison.»

De nouvelles technologies pour combattre la poussière

«Fortement imprégné de culture positiviste, le touriste accorde une grande importance à la modernité technique qu'il identifie au progrès social et en particulier au confort et à l'hygiène», observent les historiens Cédric Humair et Marc Gigase dans l'ouvrage «Stations en tension». Au tournant du siècle, la poussière et la ventilation préoccupent beaucoup les hôteliers. Notre journal relaie l'avènement de ces nouvelles technologies avec le plus grand entrain. «Tout hôtelier, tout propriétaire qui, ayant entendu parler de cette innovation sensationnelle, ne l'introduit pas dans ses locaux, sera sans excuse aucune.»

A cette période, la modernisation technique s'applique également aux transports, notamment aux chemins de fer. L'hôtellerie voit un intérêt majeur dans l'arrivée des premiers trains à crémaillère perçus comme un instrument de promotion. C'est le cas du Salève, où la première crémaillère

électrique d'Europe inaugurée en 1892, participe au rayonnement touristique de Genève. «Notre chemin de fer du Salève a été beaucoup mieux exploité cette année et visité par grand nombre de touristes. Une bonne et intelligente réclame n'y a pas peu contribué», écrit Hotel-Revue en 1895, estimant qu'un «hôtel au sommet de la montagne ferait certainement des affaires». Ces attributs modernes permettent de positionner l'Arc lémanique «dans le peloton de tête des aires touristiques les plus dynamiques à la Belle-Epoque», écrivent Cédric Humair et Marc Gigase.

Il est intéressant de remarquer la réticence de certains hôteliers à la modernité. Comme celui-ci, intéressé dans les hôtels d'Engelberg, qui se dit opposé à un nouveau chemin de fer. «On nous y a obligés. [...] Nous aurions désiré conserver Engelberg comme une station d'étranger choisie. Comme Zermatt, elle sera dorénavant ou-

verte à la grande circulation: la masse des voyageurs envahira Engelberg par troupes durant la belle saison et demandera des prix bas; or nous ne désirons pas ces clients-là», confie-t-il en 1898.

Difficile de rester à l'avant-garde

Au fil des ans, le concept d'innovation se généralise. Ces nouveautés visent toujours le même objectif: répondre aux besoins de la clientèle, rester attrayant, tout en cherchant à rationaliser les coûts.

Alors que la Suisse avait souvent réussi à maintenir une longueur d'avance jusqu'à la Première Guerre mondiale, elle peine à garder ce rang de pionnier par la suite. «Le tourisme suisse s'adapte plus qu'il n'innove. La Suisse peine à être à l'avant-garde. Avec la

mondialisation, les choses s'accélèrent et requièrent de nouvelles expertises», observe l'historien du tourisme Laurent Tissot. Prenant l'exemple de l'informatique, l'historien estime que l'hôtellerie suisse «a répondu mais n'a pas proagi». Ces innovations proviennent davantage d'inspirations venant d'autres secteurs, appliquées ensuite à l'industrie touristique.

Dans les années 1960-70, l'apparition des forfaits touristiques fait figure de nouveauté. «C'est une innovation, car le skieur, en plus de l'hébergement hôtelier traditionnel (forfaitaire depuis longtemps), peut utiliser librement les téléskis et téléphériques de plusieurs stations», écrit hotel revue en 1971 en référence au nouveau forfait d'hiver de l'OTV. Quelques années

plus tôt, en 1966, l'introduction du bulletin d'enneigement des Alpes fribourgeoises par téléphone est déjà présentée comme «une innovation qui fait parler d'elle».

Dans l'hôtellerie, les évolutions sont constantes. En 1978, le salon Equip'Hotel de Paris démontre la place toujours plus importante accordée aux produits d'accueil: «ce qui tend une fois de plus à démontrer que l'accueil monte dans les étages et pénètre jusque dans les chambres», écrit notre journal. Les rénovations de l'Hôtel Epsom de Genève en 1994 annoncent une prise de conscience de la problématique énergétique. «A l'Epsom, les clients ne peuvent éclairer leur chambre qu'après avoir introduit la carte magnétique qui leur sert de clé dans un boîtier électronique», relate hotel revue. Cette année-là marque aussi l'attribution du titre pour la première fois de «Öko Hôtel de l'année», attribué à l'Auberge neuchâteloise de l'Aubier, à Montézillon.

«A l'informatique, l'hôtellerie suisse a répondu mais n'a pas proagi.»

Laurent Tissot
Historien du tourisme

ANNONCEZ CE QUI VOUS DISTINGUE!

76%

Trois clients sur quatre sont attentifs à l'indication de la provenance de votre viande.

64%

La plupart des Suisses estiment que la viande suisse est de meilleure qualité que celle provenant de l'étranger.

85%

La plupart des clients apprécient la viande du pays et sont prêts à y mettre le prix.

Viande Suisse

En quoi la viande de Suisse est plus durable: la-difference-est-la.ch

La différence est là.

Suisse. Naturellement.

ANNONCE

PASTORIS

Les premières années d'hotel revue analysées avec une historienne de la culture. On y découvre des informations pratiques orientées et des anachronismes.

ALEXANDRE CALDARA

Tout commence logiquement par le premier texte du premier numéro du 12 mars 1892, une note d'intention bilingue pour un journal qui sera envoyé gratuitement [mot souligné] jusqu'en juin «à tous les hôtels et pensions de premier et second ordre de la Suisse et des pays limitrophes». Il s'intitule «Aux lecteurs!» en voici les lignes liminaires: «Généralement à l'apparition du premier numéro d'un nouveau journal la critique se demande si ce journal a réellement été créé par la nécessité, nous devons donc citer les motifs qui ont fait naître l'idée de fonder l'Hotel-Revue. Elle a été créée pour défendre l'intérêt des hôtels et ceux de la Société suisse des hôteliers en particulier.» Ariane Devanthery, historienne de la culture, resitue cette naissance dans son contexte historique: «1892 c'est l'apogée du tourisme Belle Epoque, le voyage exigeant et confortable, avec ce qui glisse des trains et des bateaux, mais aussi des routes, des véhicules. Des infrastructures d'accueil des auberges, des hôtels, mais pas encore de restaurants, plutôt des tables d'hôtes.»

La multiplication des auberges commence dans les années 1820-1830. Le bateau fait son apparition sur le Léman en 1823 et le premier train arrive à Lausanne en 1856. Dans le cinquième numéro de l'année 1892, on évoque les statistiques de l'été 1891, on y apprend que 6620 personnes ont séjourné en Suisse ce qui représente: «approximativement 60000 lits pour étrangers». Le mot peut sembler brut aujourd'hui, mais «l'expression reste neutre pour l'époque où l'on parlait fréquemment d'industrie des étrangers», note l'historienne. En 1903, un correspondant s'empare d'une liste d'étrangers de la Suisse romande dressée par un hôtel pour y critiquer le mauvais goût de l'établissement et on peut y déceler l'embryon d'une critique de classe: «Le nom d'un client était suivi de la mention: avec valet, piqueur et deux cochers. On peut y voir une dépréciation involontaire des familles qui voyagent sans domestiques.»

Des chroniques au ton vindicatif et moraliste

En 1852, le guide de voyages allemand Baedeker livre le constat suivant: «La Suisse a peut-être les meilleurs hôtels du monde. Les Trois Rois de Bâle, le Schweizerhof de Lucerne, l'Hotel Baur de Zurich, l'Hotel Monnet (Les Trois



Tableau anonyme de l'école suisse: «Touristes se reposant dans les Alpes», gravure de 1811.

Swiss School, (19th Century)/Private Collection/Look and Learn/Bridgeman Images

Le voyage mute en tourisme

Couronnes) de Vevey, l'Hotel des Bergues et l'Ecu de Genève. Dans cette dernière ville sont de grandes établissements, dont l'organisation-modèle est à elle seule un objet de curiosité pour l'étranger.» Dans les premières années d'hotel revue on trouve peu d'articles vantant la qualité de l'hôtellerie suisse, plutôt des conseils pratiques. Des chroniques au ton

vindicatif et moraliste apparaissent comme «la lutte contre les rats d'hôtels» où le correspondant suggère en 1912 aux hôteliers «d'apprendre à photographier pour saisir le moment propice de prendre un instantané des individus dont les allures leur semblent louches.»

«Au 19e siècle on aime les paysages dignes d'être peints, les arbres tordus.»

Ariane Devanthery
Historienne de la culture

Eloge des beautés naturelles

A la fin du 19e la lieue, la distance que peut parcourir un homme à pied en une heure, est abandonnée au profit du kilomètre, l'imaginaire du voyageur se transforme. En 1895 un article «Quels sont les moyens les plus efficaces de prévenir les attaques de la presse contre les hôtels suisses en général» définit les catégories de voyageurs: «Il existe en outre un intermédiaire entre celui qui a trop et celui qui a trop peu voyagé, et cet adversaire est d'autant moins à dédaigner que nous pourrions l'appeler le voyageur réfléchi, qui pèse et soupèse avant de réclamer, qui tient compte des conditions

spéciales à telle contrée, comme aussi de tous les facteurs concomitants, mais qui en dépit de tout a quelquefois à se plaindre, car, disons-le franchement, il y a des cas où les plaintes ne sont pas dénuées de fondement.» Intéressant de lire ce texte comme le portrait du blogueur idéal au 21e siècle.

La rupture entre le 18e siècle et le 19e siècle se passe aussi au niveau de la façon de regarder. «Au 18e on re-cherche une nature bien cultivée, fertile, des jardins fleuris. La nature sauvage: les marais, les forêts, les déserts font encore peur. Au 19e la quête du pittoresque, du sublime deviennent un but, les Alpes attirent, donnent le frisson, on vient jouer avec eux. On aime les paysages dignes d'être peints, les arbres tordus», note Ariane Devanthery. En 1898, on trouve ce texte dans hotel revue que l'on pourrait à posteriori définir comme «écologique»: «La saison d'hiver est consacrée en Suisse à percer de nouveaux tunnels, poser de

nouvelles lignes sur les pentes et à gagner ainsi les beautés naturelles que des générations de touristes sont venus contempler.» En 1832, dans ses «Impressions de voyage en Suisse», Alexandre Dumas brosse ce portrait de sa montée au St-Bernard: «Le froid devenait de plus en plus vif, et la neige tombait avec une prodigalité croissante; la nuit n'était éclairée que par un reflet mat et blanchâtre; le chemin se rétrécissait de plus en plus, et de place en place les quartiers de rochers l'obstruaient, tellement que nos mulets étaient forcés de l'abandonner et de prendre des petits sentiers sur le talus même du précipice [...]» Rien dans les registres d'époque ne prouve qu'une telle météo régnait lorsque Dumas traversait la Suisse. Mais comme dans ce texte de nos archives de 1910, «La Suisse moderne», il s'agit bien de se confronter à la nature: «Combien d'immenses espaces, tourmentés de pics et de ravins restent encore farouches et presque vierges! Les montagnes truquées de la Suisse! Légende intéressée que cherche à accréditer la jalousie des régions rivales, moins riches en beautés naturelles et moins habiles à attirer

l'étranger. Demandez-leur si elles sont truquées, les montagnes, aux hardis alpinistes qui risquent chaque année de se rompre le cou dans les formidables escalades des déserts neigeux hérissés de séracs et d'aiguilles - paysages lunaires de féeries - que domine la Bernina, le Tödi, le Finsteraarhorn ou le Cervin?»

Livre Une étude sur les guides de voyages

Dans sa thèse «Itinéraires: guides de voyage et tourisme alpin 1780-1920», Ariane Devanthery propose une étude culturelle des guides. Un pari risqué car à l'inverse des récits de voyages les guides «doivent permettre de poser des gestes concrets en phase avec le monde», écrit-elle.

Ariane Devanthery, «Itinéraires: guides de voyage et tourisme 1780-1920», Presses de l'université Paris Sorbonne, 352 p., 2016, 49.70 fr.

hotelleriesuisse/librairie



Ariane Devanthery, historienne de la culture.

www.hotelleriesuisse.ch/reseau_de_consultants

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

CURAVIVA.CH hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Le changement commence ici!

www.hoteljob.ch

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

htr hotel revue

Jet-Cut system de recharge INOX

économise le travail des pros

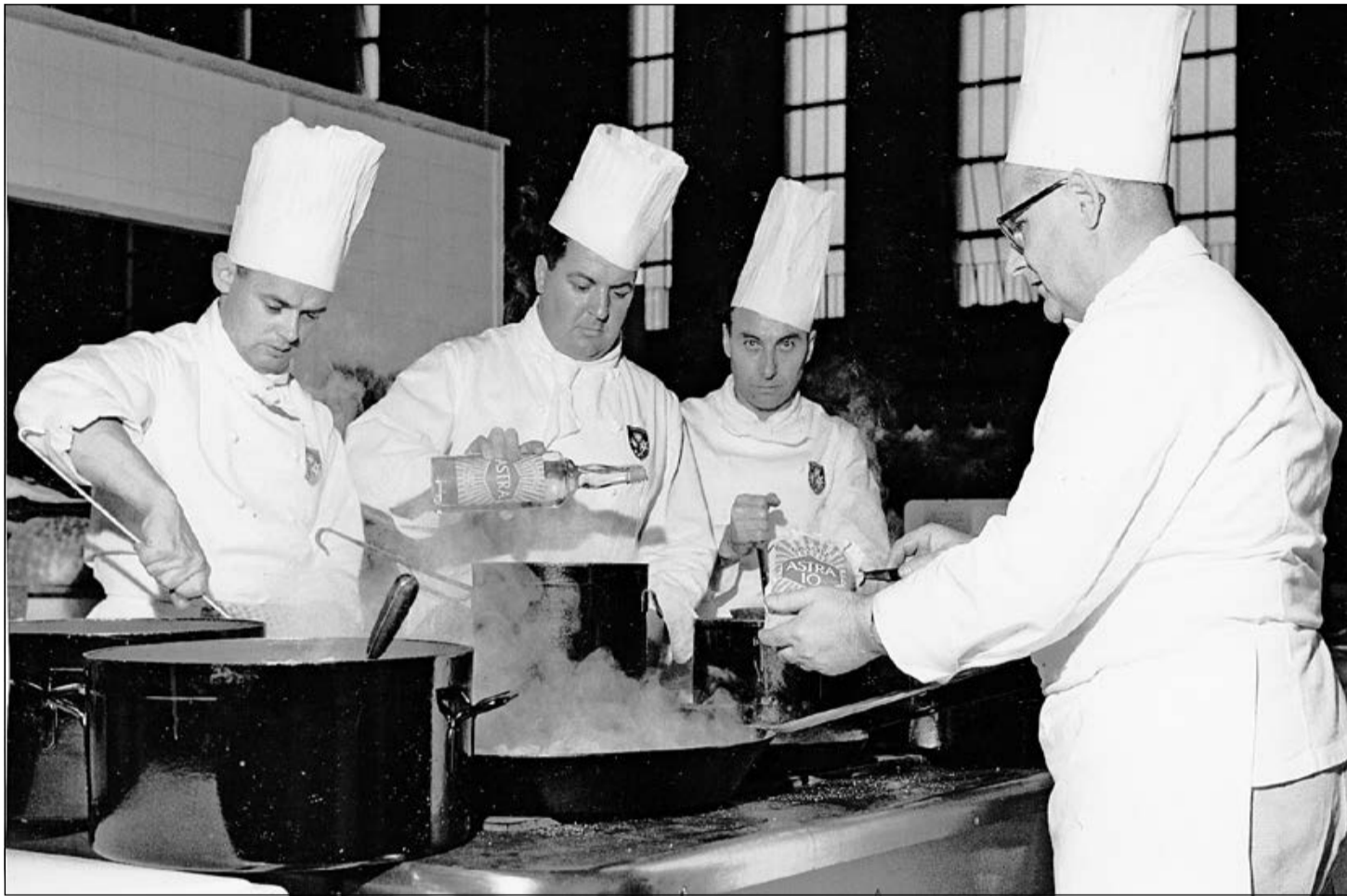
aiustar Beakoter Jet-Cut

chez votre grossiste

ANNONCE

hotel gastro welten

htr hotel revue | Nr. 9, 4. Mai 2017



Vier grosse Chefs gemeinsam am Herd (v.l.): Die Schweizer Kochnationalmannschaft anno 1960 mit Hans Amacker («Palais ONU», Genf), Hartly Mathis («Suvretta House»), René Evéquo («Elite», Zürich) und Otto Ledermann (Bürgerspital Basel). Bild Archiv Werdenberg

Wo es kocht, dampft, ans Eingemachte geht

Die Kulinarik der Grandhotels entwickelte sich analog zu Technik und Weltgeschehen: Episoden zeigen den Weg von überhitzten Grossküchen zu modernen Gourmetstätten.

FRANZISKA EGLI

Es kommt leider immer wieder vor, dass die Bestimmungen über die fleischlosen Tage in verschiedenen Betrieben des Gastgewerbes nicht eingehalten werden», wird in der Ausgabe 51 der «Schweizer Hotel-Revue» des Jahres 1944 gemahnt. Noch herrschte Krieg, und montags, mittwochs und freitags war Fleisch von Warmblütern strikt verboten, weswegen sich die Redaktion trotz der bevorstehenden Weihnachtstage genötigt sah, ihrer Leserschaft Hülsenfrüchte schmack-

haft zu machen. «Ein geschickter Koch kann aus diesen eiweissreichen und deshalb wertvollen Lebensmitteln allerlei schmackhafte Gerichte herstellen und sie auch bei der verwöhnten Kundenschaft beliebt machen», befand der von der «Gruppe Hauswirtschaft des Kriegs-Ernährungs-Amtes» verfasste Artikel und wartete gleich noch mit einem Rezept auf.

Man rechne: Das war vor über 72 Jahren. Das Ende des Zweiten Weltkriegs stand bevor, und die Kochkunst war – notabene auch in den Jahren davor – beileibe

nicht das primäre Thema in der «Schweizer Hotel-Revue», wie die htr hotel revue damals hiess, das «Fachorgan für die Hotellerie und den Fremdenverkehr». Aber das Thema wurde zu dieser Zeit zu einem wichtigen, nicht zu unterschätzenden, wie die Rubrik «Kriegswirtschaftliche Orientierung» zeigte, welche die Hoteliers und Gastronomen regelmässig mit wichtigen Informationen, Vorschriften, aber auch Tipps und Rezepten rund um die Kulinarik versah – Letzteres vorzugsweise mit Service-Charakter, wie «Gute Fischrezepte, die wenig Fett benötigen». Überhaupt waren beide Weltkriege sehr einschneidend auch für die Gastronomie in der Grandhotellerie. «Zahlreiche Hotels wurden geschlossen. Die, die offen blieben, wurden von Frauen geführt, und die Rationalisierung dominierte die Lebensmittelversorgung. Um den Gästen etwas

bieten zu können, musste sich der Chef de Cuisine schon was einfallen lassen», erzählt Hansjörg Werdenberg, Leiter Gastronomie am Kantonsspital Baselland in Liestal und als Präsident des Stiftungsrats vom Gastronomiemuseum Thun Spezialist in Sachen Kochkunstgeschichte.

Mit der Motorisierung kamen die Luxusgüter in die Schweiz

Anspruchsvoll und gehoben, das war die Kochkunst der Grandhotellerie seit jeher. Ihre Blütezeit begann um 1880 im Zuge des technischen Fortschritts. «Zu dieser Zeit betraten auch die ersten grossen Küchenchefs die Bühne, allen voran Auguste Escoffier, welche den Weg ebneten für die heutige Kochkunst», so Werdenberg. Mit Escoffiers «Guide Culinaire», dem Vorläufer des heutigen «Pauli», der erstmals die ganze kulinarische Technologie zusammenfasste und strukturierte, hielt um die Jahrhundertwende die französische Küche Einzug auch in die hiesige Gastronomie und Hotellerie. Und mit der aufkommenden Motorisierung wurde es zudem einfacher, das Binnenland Schweiz mit Luxusgütern aus dem Meer zu beliefern. Im Zentrum der damaligen Grandhotels stand der grosse Speisesaal, ergänzt mit verschiedenen Sälen für die zahlreichen Bankette. Die Küchen waren riesig, und ganze Heerscharen von Angestellten legten aus heutiger Sicht unvorstellbar lange Wege zurück, stets bemüht um das Wohl der Gäste, die nicht selten bis zu vier Stunden dinierten. Angestellte notabene, von denen die wenigsten Lohn bezogen. Werdenberg: «Zu der Zeit arbeitete man, um zu lernen. Einen richtigen Verdienst erhielt man erst ab Stufe Souschef».

Doch bei allem Luxus der Belle Epoque und der späteren Wirtschaftswunderjahre, so unter-

schied sich die Kochkunst der Grandhotels doch zu jener in Gourmetrestaurants, betont Felix Dietrich, der in vierter Generation das 1908 eröffnete Hotel Waldhaus in Sils-Maria GR führte und heute als «Senior im Hintergrund» für Kultur- oder Spezialaufgaben seinen Söhnen Patrick und Claudio noch behilflich ist. «Die Gäste – in der Hochsaison waren es schnell mal 250 – blieben zehn Tage und mehr.

Die hohe Kunst für den Küchenchef bestand also darin, eine hochstehende, aber möglichst ausgewogene, vielseitige Kochkunst zu kreieren. Eine, auf die sich der Gast schon morgens beim Frühstück freute und die ihn mitunter dazu bewog, im nächsten Jahr wieder zu kommen.»

Zu Badruts Zeiten bestimmten die Hoteldirektoren den Weg

Die kulinarische Ausrichtung lag dabei bei den Küchenchefs. «Diese kamen direkt nach dem Hoteldirektor, welche zu Zeiten von Hotelpionieren wie César Ritz und Johannes Badrutt den Weg eines Hotels viel stärker bestimmten, als das heute der Fall ist», so Werdenberg. Der Equipe wurde viel abverlangt in den autoritär und streng hierarchisch geführten Küchen, in denen während den Spitzenzeiten unzumutbare Temperaturen herrschten. Bereits 1922 nahm sich die «Schweizer Hotel-Revue» der «zeitgemässen Hotelkücheneinrichtung» an und hielt fest: «Die schweizerische Hotelindustrie hat von jeher in der Welt einen ersten Platz eingenommen.» Umso wichtiger sei es, auch in Bezug auf technische Einrichtungen mit der Moderne mitzuhalten, heisst es mit Blick auf die Vereinigten Staaten: «Dem europäischen Besucher fällt es auf, dass die grossen Hotels fast ausschliesslich Gasküchen aufweisen, während bei uns zu Lande noch fast allgemein die Kohlenküche anzutreffen ist.» Tatsächlich wurde vielerorts in der Schweiz das Kochen mit Kohle erst im Laufe der 1970er-Jahre von Gas und Elektrizität abgelöst.

Überhaupt, die USA: Seit jeher wegweisend für so manchen Trend, und bisweilen ist man erstaunt, wie früh gute Ideen gereift sind. Bereits 1947 schrieb in der «Schweizer Hotel-Revue» ein gewisser Dr. S. in bester Trendmanier über die im Aufwind begriffene «quick-frozen-food-Industrie», die «es Küchen berühmter Gaststätten renommierter Hotels» wie dem New Yorker Hotel Waldorf Astoria nun ermöglichte, «Spezialgerichte in gefrorenem Zustand ausserhalb des Hotels zu verkaufen». Eine Hausfrau könne sich also «Grenadin of Beef Smitane für sechs Personen kaufen und es als Spezialgericht des Waldorf präsentieren». Diese für die

damalige Zeit höchst moderne Form des Marketings zeigte sich in derselben Ausgabe gleich nochmals: Ein Hotel in Kalifornien hob den Weinkonsum um 200 Prozent allein dadurch, dass es zu seinen

«Früher gab es Lohn erst ab Stufe Sous-Chef. Man arbeitete, um zu lernen.»

Hansjörg Werdenberg
Kantonsspital Baselland

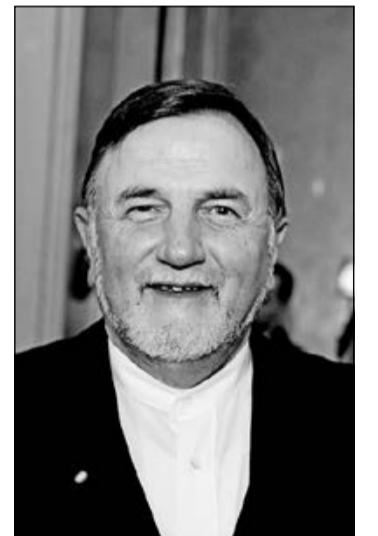
Menükarten kleine Karten reichte, auf denen der «Wine of the Day» empfohlen wurde. «Amerikanische Hoteliers betonen», hielt der Autor in der Hotel-Revue Nummer 3 von 1947 fest, «dass es von Wich-

tigkeit ist, niemals den Kunden fühlen zu lassen, er wisse nicht, welchen Wein er bestellen soll».

Heute dienen Gastrokonzepte und Gastköche der Inspiration

So wurden die Ansprüche der Gäste wie auch die der Gastgeber mit den Jahren laufend hochgeschraubt. Viele Grandhotels besaßen ein separates Restaurant, etwa eine «Rôtisserie» oder «Brasserie», und im Gegensatz zu früher begannen sie sich vermehrt an den Gastrokonzepten von Restaurants zu orientieren. Hans Nussbaumer, Küchenchef-Legende des «Kulm» in St. Moritz, lud bereits in den 1970er-Jahren Spitzenköche wie Gérard Boyer für ein vierzehntägiges kulinarisches Gastspiel ins «Kulm» ein, um vom gegenseitigen Networking zu profitieren – etwas, das heute längst zum Jahresprogramm vieler Häuser gehört. Wie auch die Tatsache, dass die Küche von einem Chef mit Strahlkraft geführt wird.

Dass auch diese Entwicklung so neu nicht ist, zeigt diese Geschichte: «Die luxuriösen Hotelrestaurants in Europa erleben zurzeit die grösste Renaissance seit der Belle Epoque vor dem Ersten Weltkrieg», heisst es unter dem Titel «Hotels entdecken Starköche in der «Hotel + Touristik Revue» aus dem Jahre 1994.



Felix Dietrich vom «Waldhaus Sils» erzählt: «Mit Küchenchef Kurt Rössli 1992 endete bei uns das patriarchalische System. Die regionale Küche löste die französische ab, Teamarbeit hielt Einzug, Frauen wurden eingestellt».

swiss-image/Andy Mettler



Hans Nussbaumer, «Kulm»-Küchenchef-Legende, erzählt: «Kein Halbpenion-Menü verliess die Küche, ohne dass es Direktor Hunkeler vorgekostet hätte. Rief er kurz daraufhin an, wussten wir, es entsprach etwas nicht seinem Geschmack.»

Bilder Kulm St. Moritz



Menü von 1899. Zum Lunch: Bœuf braisé garni und Gigots d'agneau rôti; zum Dîner: Filets de Sole, Filets mignons Bordelaise.



Männerdomäne (Kochequipe im «Waldhaus Sils» anno 1981). Waldhaus Sils



**Wir gratulieren der hotel revue
zum 125 Jahre-Jubiläum.**

Führendes Rezept
für Gastronomie und Detailhandel.

www.transgourmet.ch



**PRODEGA
GROWA
TRANS GOURMET**

Die Erfindung der Aussensicht

Die dem Erfahrungsaustausch verpflichteten Erfa-Gruppen von hotellerieuisse sind eine Erfolgsgeschichte. Den Anstoss zur Gründung gab ein visionärer Hotelier aus Winterthur.

THOMAS ALLEMANN

Im Juni 1943, kurz vor Ende des Zweiten Weltkrieges, erschien in der «Schweizer Hotel-Revue» dem Fachorgan für die Hotellerie und den Fremdenverkehr, unter der Rubrik «Die Fachecke» ein ausführlicher Bericht zum Thema Erfahrungsaustausch.

Hans Schellenberg vom Hotel Krone in Winterthur schreibt darin über die Möglichkeiten und die Vorteile eines intensiven Erfahrungsaustausches in der Hotellerie und appelliert an aufgeschlossene Mitglieder des SHV, sich für diesen Gedanken zu engagieren und sich zur Bildung von Erfa-Gruppen zu melden.

Bereits am 14. April 1944 findet im Hotel Merkur in Zürich die Gründungsversammlung der «ERFA 1» des Schweizer Hoteliervereins statt. Zu den Gründern gehörten namhafte Hoteliers von zum Teil heute noch führenden Hotels der Schweiz. Heute, also fast 75 Jahre später, besteht die Erfa 1 noch immer und ist das Hotel Krafft in Basel seit einigen Jahren als einziges verbleibendes Gründungsmitglied wiederum Mitglied dieser Gruppe. Daneben gibt es zwischenzeitlich aber weitere 15 Erfa-Gruppen mit rund 180 engagierten Hoteliers.

Hans Schellenberg, ein Visionär in seiner Zeit

Der Winterthurer Hotelier Hans Schellenberg (1913 bis 1985) war ein engagierter Hotelier mit visionärem Denken. Er war von 1956 bis 1962 Mitglied des Zentralvorstandes des Schweizer Hotelier-Vereins, davon zwei Jahre als Vizepräsident. Sein unermüdlicher Geist und sein sicherer Weitblick haben Strukturen und Organisationen geschaffen, die heute aktueller sind denn je und unserem Zeitgeist nach wie vor entsprechen.

Hans Schellenberg darf als Hauptinitiator der Erfa-Bewegung bezeichnet werden. Gegen den

Widerstand innerhalb des Verbandes setzte er sich auch für die Gründung der Schulhotels SHV ein und ermöglichte so vielen Saisonbetrieben die Grundlage, um ebenfalls Lehrlinge ausbilden zu können.

Die Förderung der Mitarbeitenden in der Hotellerie war eine seiner Lebensaufgaben. Als Präsident der Arbeitsrechtskommission und der Berufsbildungskommission prägte er die Aus- und Weiterbildung des SHV massgeblich. Das schlechte Image der Berufe im Gastgewerbe beschäftigte ihn stark, es zu verbessern, war sein grösstes Anliegen. Das gute Betriebsklima war für ihn die allerwichtigste Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Betriebsführung. Darum initiierte er auch das Seminar SHV für Unternehmensführung (heutiges NDS HF).

Die nachfolgende Aussage von Hans Schellenberg ist heute mehr denn Voraussetzung für eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensführung: «Der Unternehmer ist angesehen in seiner Umgebung, vertrauenswürdig in seinem Geschäftsgebahren, verantwortungsbewusst gegenüber den ihm anvertrauten Menschen, Gütern und Materialien.»

Eine Ode an die Frauen in der Hotellerie

Bereits bei der Gründung der Erfa 1 wurden zwei Frauen als Mitglieder der Gruppe aufgenommen. Ob Einzelmitglied oder Gattin eines Mitgliedes, sie waren von Beginn an voll integriert und mit-spracheberechtigt. In der Festschrift «50 Jahre Erfa 1» schreibt Milo Pfister, Obmann der Erfa 1 von 1977 bis 1983 sowie 1992 bis 1994, eine wunderbare Ode an die Frauen in der Hotellerie:

«Schon vor der allgemeinen Emanzipationswelle betreuten sie in unseren Betrieben eigenverantwortlich ein weites Arbeitsfeld und bedeutende Sparten. Sie sind nicht nur, wie oft zitiert, die «Seelen unserer Betriebe», sondern leisten mit Fachwissen und ihren vielseitigen Kenntnissen, mit ihrer Ausdauer, Flexibilität, Loyalität und nicht zuletzt mit ihrer ausserordentlichen Belastbarkeit als Mütter und «Professionals» einen massgeblichen Beitrag zum Erfolg unserer Häuser. Diesen grossartigen Frauen sei hier mit Hochachtung herzlich gedankt.» Dem kann ich mich im Jahr 2017 nur von ganzem Herzen anschliessen.

Hans Schellenberg hatte in seinem Aufruf in der Hotel-Revue im Jahr 1943 bereits sehr konkrete



Der Betrieb des Erfa-Initianten: Hotel Krone Winterthur. Sorell Hotels

Vorstellungen, wie eine Erfa-Gruppe funktionieren sollte. Den möglichen Ablauf skizzierte er wie folgt auf:

► Austausch von Zahlen auf schriftlichem Weg. Grundsatz soll

sein, lieber wenige, exakt ermittelte und ausgewertete Zahlen, als eine Menge Ziffern.

► Besprechung dieser Zahlen an Zusammenkünften. Persönlicher Kontakt bildet die Grundlage ver-



Hans Schellenberg htr Juni/1960

trauensvoller Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe. ► Betriebsbesichtigung (Critical Store Visit). Jeder Teilnehmer hält seine Beobachtungen (positive und negative) in einem schriftlichen Bericht fest, welcher jedem Mitglied zugestellt wird. Diese Aussensicht dient der kontinuierlichen Verbesserung der eigenen Leistungen.

Diese Vorgaben stellen auch heute noch die Grundpfeiler der Erfa-Gruppen dar.

Wichtig waren und sind aber auch der offene Gedankenaustausch, die gegenseitige Unterstützung und die gesellschaftliche Seite. Während man sich in den Krisenzeiten der 40er- und 50er-Jahre noch bei Grossanlässen unterstützte, Ferienablosungen arrangierte, stehen heute eher Themen wie Mitarbeiteraustausch, gemeinsame Weiterbildung und Marketingmassnahmen oder Trendtouren im In- und Ausland im Vordergrund.

Ein besonderer Solidaritätsakt sei hier aber noch explizit er-

Erfa Gruppe 1 Namhafte Gründungsmitglieder

- Hans Schellenberg, Hotel Krone, Winterthur
- Ernst A. Züllig, Hotel Bodan, Romanshorn
- Friedrich Lutz, Hotel Krafft, Basel
- Frau Oberst Stingelin, Hotel Wilder Mann, Luzern
- Frau Bentele, Hotel Merkur, Zürich
- Franz Hirsch, Hotel Müller, Schaffhausen
- Herr Höhn, Hotel Glarnerhof, Glarus
- Herr Rychen, Hotel Anker, Rorschach

wähnt. Es handelte sich um die «Action Auberge Napoléon». Im Jahr 1951 starb Erfa-1-Mitglied Hermann Graf vom Hotel Adler in Ermatingen durch einen tragischen Autounfall und liess zwei Kinder als Vollwaisen zurück.

Unter der Leitung von Ernst A. Züllig führten die Mitglieder der Erfa 1 nicht nur den Betrieb bis zur Versteigerung weiter; um den beiden Waisen eine möglichst grosse Rente zu garantieren, boten sie an der Versteigerung mit, selbst auf die Gefahr hin, den «Adler» vorübergehend als Gruppe übernehmen zu müssen. Die Action Auberge Napoléon war aber ein Erfolg und der Verkaufspreis entsprechend angemessen.

Thomas Allemann ist Mitglied der Geschäftsleitung von hotellerieuisse.

Vom Sinn des Erfahrungsaustausches

Am 7. März 1946 erschien in der Schweizer Hotel-Revue ein Artikel zum Thema «Staatshilfe versus Selbsthilfe». Darin weist der Autor (leider unbekannt) auf die Wichtigkeit des Erfahrungsaustauschs im Sinne der Selbsthilfe für die verbandspolitische Argumentation gegenüber dem Staat hin. Für einen notleidenden Wirtschaftszweig wie die Hotellerie gebe es nämlich grundsätzlich zwei Möglichkeiten: die Staatshilfe oder die Selbsthilfe. Dabei sei die Staatshilfe nur eine Notlösung, welche auf die Dauer nicht befriedigen kann. Jeder echte Unternehmer kenne nämlich keinen sehnlicheren Wunsch, als – frei von staatlichen Krücken – auf eigenen Füüssen zu stehen.

In Zeiten der Krise komme die Hotellerie jedoch nicht ohne staatliche Hilfe aus. Über Art und Ausmass bestehe allerdings in der Öffentlichkeit grosse Unklarheit. Diese sei dezidiert der Meinung, dass dieser Wirtschaftszweig sich in der besonderen Gunst der Behörde befinde, obwohl sich die Hilfsmassnahmen in erster Linie auf Erleichterungen rechtlicher Natur beschränken und die Subventionen lediglich 300 000 Franken pro Jahr betragen. Die Notlage der Schweizer Hotellerie im Jahr 1946 ist aber nicht primär auf die fehlende staatliche Fürsorge, sondern auf die ungünstige Preis- und Kostenrelation, die ihrerseits ein Reflex der allgemeinen

schweizerischen Wirtschaftspolitik ist, zurückzuführen, so die Ausführungen des Autors.

Die grosse Bedeutung des Erfahrungsaustausches liegt seiner Ansicht nach darin, dass durch die systematische Beurteilung der Ertrags- und Kostenverhältnisse der Nachweis erbracht werden kann, dass trotz allen Optimierungsbemühungen die Branche nicht in der Lage ist, die Schwankungen der Frequenzen und der Konjunktur abzufedern. Dadurch könne die Berufsorganisation ihre Postulate auf Beseitigung oder Verminderung der für das Hotelgewerbe so verhängnisvollen Preisschere mit entsprechenden Fakten untermauert werden. Dabei könnte neben

der Gewährung eines grösseren preislichen Spielraums auch eine Begrenzung der Ansprüche anderer Wirtschaftszweige, deren Verwirklichung die Kostenlage der Hotellerie ungünstig beeinflussen zur Diskussion stehen.

In diesem Sinne, so die Schlussfolgerung des Autors erfülle der Erfahrungsaustausch unter den Betrieben nicht nur die wichtige Aufgabe zur rationalen Betriebsführung und Steigerung der Wirtschaftlichkeit, sondern unterstütze dieser auch die wirtschaftspolitische Argumentation des Verbandes zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Branche.

Wie wahr und aktuell diese Aussagen heute noch sind! ta

Trouvailles herausgepickt aus den 125 Jahren Hotel-Revue

Zeitungsinserate

Die Kunst des geschickten Inserierens

Von allen Reklamemitteln, die dem Hotelier zur Verfügung stehen, erheischt unstreitig das Zeitungsinserat die sorgfältigste Behandlung. Doch die Kunst des geschickten Inserierens ist in den Kreisen der Hotelindustrie noch nicht sehr Gemeingut geworden. Viele Hoteliers schenken dieser Frage immer noch nicht die gebührende Beachtung. Andere Hoteliers wiederum legen sich noch zu wenig Rechenschaft darüber ab, dass für ihre Zwecke nur eine tadellose Inseratklame in Betracht kommen kann. Diesem Mangel an Einsicht ist es wohl zuzuschreiben, wenn die meisten der Hotelinserate nicht zweckentsprechend zusammengestellt sind und daher ihren Endzweck, für möglichst wenig Geld grossen Effekt zu erzielen, nicht erreichen.

10. Februar 1912

Servicequalität

Einzelservice oder Table d'hôte

Ich möchte ebenfalls für Abschaffung des Table-d'hôte-Service plädieren. Es ist ethisch und ästhetisch unangebracht, dem Gast zuzumuten, sich mit den Resten einer Platte zu begnügen, die schon die Runde an mehreren Tischen gemacht hat. Zweitens sind die Menschen heute weniger denn je gewillt, sich die Minuten aufzwingen zu lassen, inerten denen sie anfangen und aufhören sollen zu essen. Drittens ist und bleibt der Table d'hôte eine Massenabfütterung, bei der ein kulinarischer Genuss lediglich dem ersten Tische vorbehalten bleibt, den die Platte passiert. Wobei immer noch fraglich ist, ob gerade die Gäste an diesem Tisch gastronomisches Empfinden besitzen, vom Taktgefühl dem zweiten Tisch gegenüber gar nicht zu reden.

6. Dezember 1923

Hotelstatistik

Viele Häuser mit Millionenumsätzen

Seitdem das Hotelgewerbe in die Reihen der Grossindustrien eingetreten ist, und seitdem viele Häuser mit Millionenumsätzen zu rechnen haben, kann nun auch das Hotel der Geschäftsstatistik nicht mehr entraten. Die Notwendigkeit, gewisse regelmässige Erscheinungen ihres Betriebes statistisch festzuhalten, dürfte sich sogar mittleren und kleineren Häusern immer mehr aufdrängen. Denn es gibt auch in kleineren Hotelbetrieben Vorgänge, die sich mit einer bestimmten Regelmässigkeit wiederholen und miteinander in ursächlichem Zusammenhang stehen, ohne dass die Buchhaltung darüber Aufschluss erteilt.

14. Dezember 1912

Zimmerausstattung

Eine dunkelblau brennende Nachtlampe

In manchen Hotelzimmern sind die Schalter für die verschiedenen Leuchtkörper so unübersichtlich angebracht oder bilden mit anderen Signalschaltern ein solches Durcheinander, dass der Gast erst nach eingehendem Studium der gedruckten Bedienungsvorschrift aus dem Schaltsystem klug wird. Schalter für das Licht müssen stets gut getrennt von allen anderen Signalschaltern angebracht sein. So gehört der Schalter für die Hauptlichtquelle gleich neben die Zimmereingangstüre in der Eintrittsrichtung. [...] Da es immer Personen gibt, die im Finstern nicht schlafen können, ist es in manchen Fällen praktisch, eine dunkelblau brennende Nachtlampe neben oder über dem Bett zu installieren, die eine Orientierung ermöglicht.

15. März 1956

Prophezeiung

Wenn Ausserirdische im Hotel übernachten

Hoteliersonn und Bestsellerautor Erich von Däniken in einem Gespräch über die Hotellerie: «Ich mache immer wieder die Feststellung, dass die Hotelzimmer generell und überall – mit Ausnahme von Amerika – zu klein sind. Man hat nie genügend Platz. Alles ist immer zu mickrig, keine Spur von Grosszügigkeit. Es wird immer nur die kleinste der möglichen Varianten realisiert; man denkt viel zu wenig daran, dass das Geld auch wieder zurückfliesst. Ich wünsche mir grosse Zimmer mit breiten Betten. [...] Wenn Ausserirdische zur Erde kommen, dann werden sie sich vorwiegend in der amerikanischen Hotellerie und Gastronomie wohlfühlen, wohl weniger in der Schweiz, es sei denn in den Schweizer Luxushäusern.»

21. August 1997

125 JAHRE

htr hotel revue



Wir gratulieren herzlich und sagen Danke für eine gute Partnerschaft!

HUBERT ist seit vielen Jahren Businesspartner der guten Schweizer Hotellerie. Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen in unser Angebot und unseren Service. Wir werden auch künftig alles dafür tun, für Sie – und für Ihren Geschäftserfolg – noch innovativer, attraktiver und leistungsfähiger zu werden!

Auf viele weitere gemeinsame Jahre, Ihre Iris Mendl

MEHR KOMPETENZ Als US Marktführer bringen wir die Trends nach Europa!



MEHR PRAXIS
Erfahrungen aus erster Hand - wir sagen Ihnen, warum Profis bei uns kaufen!



MEHR AUSWAHL
Wir haben alles, was Ihr Business braucht!



HUBERT®

IHR PROFI-AUSSTATTER FÜR GASTRONOMIE, HOTELLERIE UND RETAIL



MEHR VORTEILE ★★★★★

Heute noch entdecken:
über 10.000 Angebote im grossen
GRATIS-Katalog und Webshop!

Das grösste Sortiment in Sachen Speisenzubereitung
und -präsentation auf fast 500 Katalogseiten!

Jetzt sichern:
**Starke Sonderkonditionen für
hotelleriesuisse-Mitglieder**

Online shoppen via PC, Tablet und Smart-
phone – jetzt noch bequemer & sicherer!



Hubert Schweiz AG • www.hubert-online.ch

Postfach 229 • 6312 Steinhausen • Erlenweg 6 • 6300 Zug • Mo-Fr 8:00 - 17:30 h • Tel. 0800 11 66 00 • Fax 0800 22 11 88

Herzliche Gratulation zu 125 Jahre ^{htr} hotelrevue



Illycafé AG CH-8800 Thalwil www.illycafe.ch illycafe@illycafe.ch

HESSER

Unternehmensberatung für Hotellerie & Restauration

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir gratulieren der htr hotel revue zum 125-Jahr-Jubiläum.

Wir sind erst 45 Jahre «alt», das war nur möglich dank der guten Zusammenarbeit mit den stets freundlichen und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der htr.

Ein grosser Teil unserer Aufträge haben wir durch unsere Präsenz in der hotel revue erhalten. Ob Verkauf/Vermietung, die Rekrutierung einer Direktion, ein Umsatz- und Betriebskosten-Optimierungskonzept, ein Familien- oder Nachfolgeproblem, ein Baukonzept für ein neues Hotel bis zur Planung eines neuen Feriendorfes oder Optimierung der Betriebskosten von Kreuzfahrtschiffen haben wir der htr zu verdanken.

Wir wünschen der htr hotel revue weiterhin viel Erfolg und bedanken uns für die wertvolle Unterstützung.



DAS HESSER-TEAM

Poststrasse 2, Postfach 413 – CH-8808 Pfäffikon SZ
hesser@bluewin.ch – www.hesser-consulting.ch
055 410 15 57

Via Berufsbildung auf die Zielgerade

Die Lehre als Auslaufmodell? Kaum. Mit alten Werten und neuster Technik bleibt sie der Königsweg für die Karriere in der Schweizer Hotellerie und Gastronomie.

UELI SCHNEIDER

Während die htr hotel revue ihr 125-jähriges Jubiläum feiern kann, ist die Berufsbildung in unserem Land bereits etwas älter. Bis ins neunte Jahrhundert lässt sich die Geschichte von beruflichen Bildungsinstitutionen, damals von den Kirchen und Klöstern betrieben, zurückverfolgen. Heute teilen sich bekanntlich die Betriebe, die öffentliche Hand und die Berufsschulen die Aufgabe der beruflichen Aus- und Weiterbildung. In den vergangenen 125 Jahren hat sich die berufliche Grundbildung, die «Lehre», stark gewandelt. Die bundesgesetzlichen Grundlagen wurden in dieser Zeit erlassen. Eine Vielzahl neuer Berufe ist entstanden, andere dafür sind verschwunden. Die letzte grosse Veränderung mit der Vereinheitlichung der Ausbildungen zum Berufsausschuss (EBA) und zum Fähigkeitszeugnis (EFZ) ist erst wenige Jahre alt. All diese Bestrebungen haben dazu geführt, dass unser duales Berufs-

bildungsmodell international hoch begehrt ist, wie sich auch der Presse immer wieder entnehmen lässt. Von den Vereinigten Staaten über den Nahen Osten bis hin zum asiatischen Raum: Kaum ein Bildungsminister, der sich in den vergangenen Jahren nicht ein Bild von unserem Erfolgsmodell machen wollte. Weshalb nur, so fragt man sich dieser Tage, kommen denn Schlagzeilen und Artikel über die Berufsbildung oft als Abgesang auf diesen Bildungspfad daher? Von «Auslaufmodell» ist da die Rede. Die Akademisierung im Gegensatz, also die Verlagerung von Berufs- hin zu Maturitätsabschlüssen, wird begrüsst. Denn dadurch seien höhere Innovationsleistung und gesteigerte Effizienz möglich. Unverständlich, ist man geneigt zu sagen. Denn aus Sicht der Arbeitgeber unserer Branche führen die verfügbaren beruflichen Entwicklungspfade zum Ziel. Auf verschiedenen Wegen, die unterschiedliche Aussichten ermöglichen, aber auch einen unterschiedlichen

Schwierigkeitsgrad fordern, können verschiedene Gipfel erklommen werden. Dabei sind nicht nur die Entwicklungspfade, sondern auch diese Gipfel individuell und befinden sich je nach Perspektive an einem unterschiedlichen Ort: Die Tätigkeit in der Schweizer KMU-Hotellerie erfordert nicht zwingend dieselben Qualifikationen wie ein Engagement in der internationalen Kettenhotellerie. Und das Schöne am Schweizer Bildungssystem ist ja gerade, dass es unterwegs immer wieder Weggabelungen gibt, die einen Wechsel des eingeschlagenen Pfades ermöglichen.

Mögliche künftige Qualifikation: den Kochroboter mit Infos füttern

Damit die Berufsbildung auch die nächsten 125 Jahre der Königsweg für die Karriere in der Hotellerie/Gastronomie in der Schweiz bleibt, muss eine Bedingung erfüllt sein: Dass wir die Berufslehre und die Höhere Berufsbildung konsequent und entlang den Anforderungen des Marktes weiterentwickeln. Die Veränderung mit den fundamentalsten Auswirkungen auf die Berufslehre seit der Industrialisierung dürfte ohne Zweifel die Digitalisierung sein. Kaum jemand kann jedoch die Tragweite der Auswirkungen heute mit Gewissheit abschätzen. Eine Studie der Hochschule Wirtschaft Luzern, die vergangene



Nah beim Gast: Die Lehre wird auch in Zukunft die Berufsbildung der Branche bestimmen.

Alain D. Boillat

Woche vorgestellt wurde, geht aber davon aus, dass Berufe mit hohem und intensiv beratendem oder betreuendem Kundenkontakt kaum durch Maschinen ersetzt werden. Diese Erkenntnis, die ohne grosses wissenschaftli-

ches Verständnis nachvollziehbar scheint, muss in die weitere Entwicklung der Berufsbildung in unserer Branche Einfluss finden. In dieser Logik tun wir gut daran, etwa dem Koch und den Hotelfachleuten künftig mehr tech-

nisch-maschinelle Fertigkeiten zu vermitteln. In Zukunft werden diese Berufsleute zusätzlich zu ihren angestammten handwerklichen Fähigkeiten auch das Bedienen des Koch- oder Putzroboters beherrschen müssen. Vielleicht macht in 15 Jahren die Hauptqualifikation eines Sternekochs aus, wie gut er die besten Zutaten auswählen, fantasievoll kombinieren und den Kochroboter so programmieren kann, dass die Zutaten richtig vermischt und verarbeitet werden. In allen Frontbereichen eines Betriebs werden diejenigen Qualifikationen zum Tragen kommen, die eine Maschine in absehbarer Zeit nicht erbringen kann: persönliche Empfehlungen abgeben, Empathie zeigen, durch vernetztes Denken die Abläufe optimieren, beim Ausführen der Tätigkeiten die Nachhaltigkeit berücksichtigen, Gäste aus bisher unbekanntem Herkunftsland betreuen, um nur einige Beispiele zu nennen.

Hier sind wir mit den neuen Hotel-Kommunikationsfachleuten EFZ auf dem richtigen Weg. Für die Weiter- oder Neuentwicklung der übrigen Grundbildungen sowie der höheren Berufsbildungsabschlüsse gilt es nun, die Grundlagen zu analysieren und zu versuchen, die komplexen Entwicklungen vorzusehen – keine 125 Jahre in die Zukunft, aber dennoch visionär und frei von althergebrachten Zwängen. Nur so schaffen wir es, die Berufsbildung in unserer Branche einerseits marktorientiert und andererseits attraktiv für die Jugendlichen für die nächsten Jahrzehnte fit zu machen.

Ueli Schneider ist Mitglied der Geschäftsleitung von hotellerieuisse.

ANZEIGE

AMERICAN EXPRESS GRATULIERT DER HTR HOTEL REVUE ZUM 125-JAHR-JUBILÄUM.

1985 schenkte American Express dem Schweizer Hotellier-Verein, Herausgeber der htr hotel revue und heutige hotellerieuisse, fünf modernste Computer und stärkte so die Vorreiterrolle des Vereins in der Aus- und Weiterbildung. Schon immer war das Ziel der langjährigen Zusammenarbeit, gemeinsam Pionierarbeit zu leisten.

American Express bedankt sich für die beständige und ausgezeichnete Partnerschaft.

Swisscard AECS GmbH, Postfach 227, CH-8810 Horgen
American Express Cards, issued by Swisscard AECS GmbH

Alt wird man von selbst,

dabei neugierig, unternehmungslustig und engagiert zu bleiben, das gelingt nicht jedem. Genau deshalb macht es Freude, der htr hotel revue zum Geburtstag gratulieren zu können. Weiter so, wir stehen am Anfang einer attraktiven Zukunft. Seit bald dreissig Jahren arbeiten wir nun zusammen, und inzwischen sind's über 60 der besten Weinproduzenten Italiens, die Caratello in der Schweiz vertritt. Dem Gastronomen dabei zu helfen, mit Meisterweinen Geld zu verdienen und diese dem Geniesser verfügbar zu machen – das ist unsere Aufgabe. Um sie zu erfüllen, werden wir auch in Zukunft gerne mit der htr hotel revue zusammenarbeiten.

Herzliche Gratulation und alles Gute!

PIEMONTE

Azelia
Antichi Vigneti Cantalupo
Castellari Bergaglio
Domenico Clerico
Aldo Conterno
Giacomo Conterno
Conterno Fantino
Fratelli Giacosa
Moccagatta
Monchiero Carbone
Oberto – Ciabot Bertoni
Pasquero Elia
Vietti

ALTO ADIGE

Tenutae Lageder

LOMBARDIA

Barbacàn
Ca' del Bosco
Comincioli

VENETO

Buglioni
Romano Dal Forno
Silvano Follador
Gini
Venegazzù

FRIULI

Borgo del Tiglio
Gravner
Venica & Venica
Romano Vitas

TOSCANA

Toscana
Villa Calcinaia
Castellare
Fontodi
Monastero
Montevertine
Castello dei Rampolla
San Giusto a Rentennano
Vecchie Terre di Montefili
Le Macchiole
Petra
Rocca di Frassinello
Terenzi
Mastrojanni
Poggio Antico
Il Poggione
Mormoraia
Capezzana
Ghizzano
Avignonesi
Lombardo
Il Borro

MARCHE

Il Pollenza
Tavignano

UMBRIA

Adanti

ABRUZZO

Torre dei Beati
Valentini

BASILICATA

Elena Fucci

PUGLIA

Castel di Salve
Gianfranco Fino
Torre Quarto

CALABRIA

Luigi Viola

SICILIA

Abbazia Santa Anastasia
Salvatore Murana
Feudi del Pisciotto
Palari

SARDEGNA

Cantina di Santadi



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



CARATELLO
WEINE
LES VINS ITALIENS

«Unbemittelter Jüngling sucht...»



Pfannenfertige Anforderungen für einen Koch gab es lange Zeit nicht. Sie hatten vor allem tüchtig zu sein und gut im Wirtschaften.

Wie sehr sich das Berufsbild des Kochs und die Anforderungen an ihn im Laufe der Zeit gewandelt haben, zeigt ein Rundgang durch 125 Jahre Kleinanzeigen.

BEATRICE BÖSIGER

Ende des 19. Jahrhunderts punkteten frisch ausgebildete Köche in Jobanzeigen nicht in erster Linie mit ihrem Fachwissen. Er habe seinen Absolventen beigebracht, «in der Küche fleissig, ernst, nüchtern, haushälterisch, höflich und respektvoll gegenüber ihren Vorgesetzten zu sein», schreibt Albert Maillard, Gründer und Leiter der Kochschule Lausanne in der «Schweizerischen Hotel-Revue» vom 25. Januar 1896. Er habe ihnen während der Ausbildung theoretisch und praktisch «das Wissensnötige beigebracht», damit sie hilfsweise und zum Teil auch selbstständig die ihnen übertragene Arbeit auszuführen im Stande seien. Die Abschlussprüfung habe ein günstiges Resultat ergeben. Herr Maillard empfiehlt seine Schüler daher den Hoteliers, welche Bedarf an gut ausgebildetem Küchenpersonal hätten.

Gefragt waren weniger Spezialisten als Generalisten

Das ist jedoch alles, was wir über die damalige Kochausbildung erfahren. Weitere Informationen über Dauer, Fächer oder gar Spezialisierung fehlen. Klar ist, der Besuch einer Schule war um die Jahrhundertwende jedoch nicht die einzige Möglichkeit, um den Kochberuf zu erlernen. «Intelligenter, robuster, französisch u. deutsch sprechender, jedoch unbemittelter Jüngling wünscht auf Ostern in besserem Hause die Kochkunst zu erlernen», ist in der Ausgabe vom 24. Januar 1903 zu lesen.

Die Spalten mit Kleinanzeigen, welche in den ersten Jahren der

Schweizerischen Hotel-Revue fast die Hälfte des verfügbaren Platzes in der Zeitschrift ausfüllten, ist eine reiche Fundgrube, um einen Eindruck davon zu gewinnen, wie sich Anforderungen und das Berufsbild des Kochs in den vergangenen 125 Jahren gewandelt haben. Kaum etwas, was da nicht inseriert wird: Zahlreiche Köche oder Chefs de Cuisine suchen nach einer neuen Stelle: «Seit zehn Jahren in grossem Etablissement tätig, sucht sich ein Chef de Cuisine auf kommenden Sommer zu verändern. Engadin, Tirol oder Schwarzwald vorgezogen. Prima Referenzen», ist ebenfalls 1903 zu lesen.

Daneben wird aber auch der komplette Bedarf für die Hotellerie angepriesen. Von eisernen Bettgestellen, Champagner aus der Schweiz über Kutschen zur Beförderung der Gäste bis hin zur Vermietung kompletter Hotels, etwa an einer «frequentierten Lage Graubündens», wie in der Ausgabe vom 24. Januar 1903 zu lesen ist. Daneben sucht bei den Stellenanzeigen eine junge Frau mit «schöner Handschrift», eine Anstellung als Bureautochter oder Servierfräulein, ein Familienhotel in Luzern braucht einen tüchtigen Koch.

Gefragt waren damals in der Hotellerie weniger Spezialisten, sondern Generalisten. Durchaus üblich war, dass Bewerber gleichzeitig mit Kenntnissen als Koch, im Service und an der Réception für sich warben. Die Köche mussten vor allem tüchtig sein sowie gut wirtschaften können, wie in der Mehrheit der Inserate zu lesen ist. Unverändert ist jedoch, dass schon Anfang des 20. Jahrhunderts die Chefs bei der Beantwortung eingegangener Bewerbungen nur wenig Disziplin zeigten. Die Redaktion der Hotel-Revue schrieb «Zur gefl. Notiznahme», das Hotels, welche noch im Besitze nicht passender Offerten seien, hiermit dringend ersucht würden, diese den Bewerbern wieder zuzustellen – vor Internet und Digitalfotografie war die Herstellung von Bewerbungsdo-

siers ein durchaus kostspieliges und zeitintensives Unterfangen.

Das nicht fest angestellte Personal lebte einzig vom Trinkgeld

Als der Tourismus in den Jahren nach dem 1. Weltkrieg erneut zu florieren begann, stieg ebenfalls der Personalbedarf in der Branche. Diskutiert wurde in der Zeit um 1920 auch eine Änderung des Entlohnungssystems. Für Köche, Service und Zimmerpersonal, kurz in der gesamten Hotellerie seien höhere Löhne nötig, um die durch den Krieg verursachte Teuerung auszugleichen. In vielen Betrieben gab es allerdings die Schwierigkeit, dass nicht fest angestelltes Personal einzig vom Trinkgeld lebte, wie in der Ausgabe vom 4. Januar 1919 steht. «Die einzig richtige Lösung ist die einer direkten, den Leistungen entsprechenden Bezahlung des Personals und Abschaffung des Trinkgeldsystems», heisst es dazu.

15 Jahre später machen Bewerber nun auch bereits vereinzelt mit ihren Spezialkenntnissen auf sich aufmerksam. Wie in der Hotel-Revue vom 5. April 1934, in der eine Köchin eine Stelle sucht. Sie sei gut bewandert in der gutbürgerlichen wie der feineren und der Diätküche, schreibt sie von sich. Zu kämpfen hatte die Branche aber schon damals mit Nachwuchsproblemen. Ob nicht analog zu anderen Berufen staatlich subventionierte Umschulungs- und Weiterbildungskurse organisiert werden könnten, lautet eine Anfrage an den Kleinen Rat des Kantons Graubünden, über welche die Hotel-Revue 1945 berichtete.

In den Stellenanzeigen wird der Chef de Cuisine damals langsam vom Küchenchef oder dem Koch abgelöst. Nach wie vor sind viele Stellen nur saisonal, für Sommer oder Winter ausgeschrieben. In der Volkszählung von 1950 gaben 13911 Personen an, den Beruf des Kochs auszuüben. Die Beschäftigung war aber auch vor 70 Jahren stark abhängig von Schwankungen im Tourismus. Zwar ist deren Anzahl nicht mit den Arbeitslo-

senzahlen von heute vergleichbar, aber im selben Jahr sind doch 81 Köche, Küchenchefs und Pâtisseries bei der Paritätischen Arbeits-

losen-Versicherungskasse für das Schweizerische Hotel- und Gastgewerbe in Zürich gemeldet. In den Jahren darauf wird vermehrt über ausländische Arbeitnehmer berichtet.

Ihr Anteil stieg laut Volkszählung 1960 auf knapp ein Drittel aller Köche in der Schweiz. Um in der Schweiz arbeiten zu können, mussten sich diese beim Grenzübertritt aber erst einer amtsärztlichen Untersuchung unterziehen, worauf die Hotel-Revue Hoteliers 1966 aufmerksam machte.

Kein Wort über abgeschlossene Ausbildungen oder Referenzen

Die Stellenanzeigen in der Hotel-Revue bleiben jedoch immer noch unpersönlich. Ein typisches Inserat von 1966 lautet etwa «Junger, tüchtiger Schweizer Koch sucht neuen Wirkungskreis in gut geführtem Mittelklassehotel». Kein Wort über abgeschlossene Ausbildungen oder sonstige Referenzen. Nach welchen Gesichtspunkten damals Stellen vergeben wurden, scheint im Zeitalter von Online-Bewerbungsplattformen und individualisierten Bewerbungsdocsiers fast nicht mehr nachvollziehbar.

Erst später lässt sich aus den Inseraten ein eigentliches Berufsbild herauslesen: So sucht die Swissair am 28. August 1975 etwa

nach einen Küchenchef für Buenos Aires. Bewerber mit guten Spanischkenntnissen würden dabei den Vorzug erhalten. Neben sehr guten fachlichen Fähigkeiten seien Einsatzfreude und Anpassung an veränderte Verhältnisse Voraussetzung für den Job, ist zu lesen.

Ab den 1970er-Jahren wussten die Köche über Trends Bescheid

In den 70er-Jahren beginnt sich auch das Angebot der Zeitschrift etwas ausdifferenzieren. Es reichte nicht mehr, nur ökonomisch wirtschaften zu können. Köche und Küchenchefs mussten auch über neue Trends Bescheid wissen. Berichtet wurde etwa über die steigende Nachfrage nach exotischen Delikatessen wie Gänseleber oder Kaviar. Ein Buchtippsoll die Zubereitung exotischer Früchte und Gemüse den heimischen Köchen erklären.

Heute stehen dagegen Spitzenköche mit ihren individuellen Ergründungen in vielen Artikeln der Hotel-Revue im Zentrum. Ein langer Weg von den «tüchtigen» jungen Köchen, die vor 125 Jahren nach einer Anstellung suchten, bis hin zu den Küchenstars der Gegenwart. Dieser zeigt aber nicht zuletzt auch den veränderten Platz, den Kochen, Essen und Geniessen in unserer Gesellschaft heute inne hat.

«Köchin, gut bewandert in der feineren und Diätküche, sucht neue Stelle.»

htr vom 5. April 1934

ANZEIGE

hotelbildung.ch
hotelleriesuisse

Expertenforen Input 2017

Die nächsten Input-Veranstaltungen im Überblick

Input 2/2017:
20. Juni 2017, Hotel Schweizerhof, Luzern
Thema: Fachkräfte gewinnen

Input 3/2017:
7. September 2017, Ameron Hotel Flora, Luzern
Thema: Neue Finanzierungsformen für Projekte

Input 4/2017:
14. November 2017, Hotel Sedartis, Thalwil
Thema: Moderne Kooperationen

Sichern Sie sich Ihren Platz und melden Sie sich jetzt gleich an unter: www.hotelbildung.ch/input

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Postfach
CH-3001 Bern
Telefon +41 31 370 43 01
Telefax +41 31 370 44 44
unternehmerrbildung@hotelleriesuisse.ch
www.hotelbildung.ch/input

Herzliche Gratulation!

Kontinuierlich unterwegs seit 1892. Wir wünschen der htr hotel revue viele dynamische Ideen für die nächsten 125 Jahre. Pistor AG, Rothenburg

Pistor:
«Dynamik und
Kontinuität»

Thomas Boog, Pistor Kunde
Zentrum Höchstweid, Ebikon



Was Hoteliers alles wissen wollen

Diese sechs Fragen werden Annette Rupp, Projektleiterin Rechtsdienst bei hotellerieuisse, seit Jahr und Tag am häufigsten gestellt.

In den letzten Jahren konnte die Rechtsberatung von hotellerieuisse einen stetigen Anstieg der Anrufe verzeichnen. Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 6600 Auskünfte erteilt, pro Tag ergibt dies im Durchschnitt 26,5 Rechtsauskünfte. Erfreulich ist auch, dass die Anfragen aus der Romandie in jüngster Zeit rasanten Zuwachs genommen haben.

Was hat nun die Hoteliers und Gastronomen immer schon beschäftigt? Am meisten erhalten wir seit eh und je Fragen rund um die Kündigung, wobei es nicht nur um die Dauer der Kündigungsfrist geht. Das sind die sechs «Dauerbrenner»:

► **Wann muss ein eingeschriebener Brief verschickt werden,**

damit die Kündigung Gültigkeit hat?

► **Hat der Mitarbeiter Anspruch auf freie Tage für die Stellensuche?**

► **Verlängert sich die Kündigungsfrist, wenn der Mitarbeiter krank wird?**

► **Wie formuliere ich ein korrektes Arztzeugnis?**

► **Darf ich den Mitarbeitenden während der Kündigungsfrist freistellen und gleichzeitig Guthaben abbauen?**

► **Kann ich die diversen Guthaben am Ende des Arbeitsverhältnisses miteinander verrechnen?**

Natürlich werden wir auch immer wieder mit amüsanten Anliegen konfrontiert. So hat ein Arbeitgeber folgende Frage gestellt:



Haben Sie Fragen an Annette Rupp? Telefon: 031 370 43 50 (Montag bis Freitag von 8.30–12 Uhr und 14–16 Uhr). E-Mail: rechtsberatung@hotellerieuisse.ch

ZVG

«Ein Mitarbeiter hat ein Personalzimmer oberhalb des Restaurants gemietet. Als spät abends im Restaurant Wasser von der Decke tropft, klopft der Arbeitgeber an die Zimmertür des besagten Mitarbeiters.

Dieser öffnet nicht, jedoch ist laufendes Wasser zu hören. Der Arbeitgeber schliesst die Türe und findet den Mitarbeiter schlafend und völlig betrunken unter der laufenden Dusche. Das Wasser hat sich im ganzen Badezimmer und angrenzenden Schlafbereich ausgebreitet und tropft deshalb in das darunter liegende Restaurant. Wer muss für den Schaden aufkommen?»

Auch diesem Hotelier konnte geholfen werden. Er selbst haftet natürlich nicht.

Trouvailles aus 125 Jahren Hotel-Revue

Gastronomie-Trend in der Kritik Vom Kochen vor dem Gast: Bluffen oder Kunst?

Der Nachkriegsgast wollte gut und reichlich essen, vor allem aber wollte er von der «Sparküche» nichts mehr wissen, und so wurde die gute alte Hausmannskost vorerst einmal ad acta gelegt. Das war der Beginn der sogenannten «Flambierküche», die von alten Fachleuten – oft zu Recht – auch als «Bluffküche» bezeichnet wird. Es wäre nun aber falsch, das Kind mit dem Bade auszuschütten, denn obwohl sich vielleicht der eine oder andere dieser «kochenden Magier» einbildet, er hätte diese «neue Linie» in der Kochkunst erfunden, sei doch festgestellt, dass dies nicht der Fall ist. In Wirklichkeit ist nämlich das «Kochen vor dem Gast» uralte. In früheren Jahrhunderten waren es bei hohen Herrschaften Hofmarschälle und Tranchiermeister, die manchem Gericht den letzten Schliff an der Tafel gaben. Übrigens kochen auch heute noch Millionen von Hausfrauen «vor dem Gast», denn immer noch nehmen die meisten Menschen ihre Mahlzeiten in der Küche ein, also genau dort, wo die liebe Mutter kocht.

19. Januar 1961

Kenntnisse über Früchte im Gastgewerbe «Der Apfel ist nicht mehr was Eva»

Früchte sind heute – nicht wie damals zu Evas Zeiten – eine Selbstverständlichkeit. Auf dem Einkaufszettel des Gross- und Kleinkonsumenten haben sie ihren festen Platz. Das Angebot beschränkt sich nicht mehr nur auf den Paradiesapfel, und der Genuss muss nicht mehr so teuer bezahlt werden. Vielleicht hängt es aber mit dem Frevel am Baum der Erkenntnis zusammen, dass die Kenntnisse über Früchte recht kümmerlich sind. In der Hotelküche fristen Früchte ein ziemlich undifferenziertes Dasein. Welche Sorten zu welchen Zeiten am besten schmecken und wie sie verwendet werden wollen, das wissen leider nicht einmal mehr alle Angestellten der Früchte- und Gemüsebranche.

25. März 1976

Urabstimmung Gründung einer Propaganda-Zentrale

Dem Zentralbureau sind bis Freitag Mittag erst die Hälfte der Stimmkarten zugegangen; es wird deshalb ein zweiter und letzter Termin auf den 22. ds. festgesetzt, mit der dringenden Bitte an die Rückständigen, die Karten bis zu genanntem Zeitpunkt unserem Zentralbureau zugehen zu lassen. Trotz deutlicher Abfassung der Stimmkarte ist eine Anzahl derselben unterschrieben, jedoch ohne das entscheidende Ja oder Nein zu tragen, eingegangen, so dass eine nochmalige Anfrage nötig wurde. Wir bitten daher um vollständige Ausfüllung der Stimmkarten. Namens des Vorstands, Der Präsident: F. Morlock.

18. Juni 1904

Ausstattung Zimmerschmuck im Hotel

Eine eigentümliche Beobachtung, die man vielfach, selbst in Hotels ersten Ranges, machen kann, ist die, dass zwar sonst alles im neusten Stil und mit allem Komfort eingerichtet erscheint, dass aber auf den Zimmerschmuck gar kein oder nur wenig Wert gelegt wird. Gewiss wird kein vernünftiger Mensch verlangen, dass ein Hotelzimmer wie das Seitencabinet einer Gemälde-Galerie ausgestattet sei; denn es ist keineswegs geschmackvoll, die Zimmer mit Bilderschmuck zu überladen. [...] Was aber alles sieht man sehr oft an den Wänden eines Hotelzimmers vermodern? Mit Goethe's «Faust» möchte man sagen: «Urväter Hausrat aufgehäuft!» Ein Hotelzimmer ist aber weder ein historisches Museum, noch ein Raritätencabinet. Patriotische Darstellungen aus der Schweizergeschichte mögen von dem Hotelier schleunigst an den Antiquar verkauft oder einer Sammlung zum Geschenk gemacht werden.

25. Juni 1904

ANZEIGE

50 Jahre

Frites sind unsere Stärke. Heute wie morgen.

WELCHES FRITES PASST IN IHRE KÜCHE?

Das Regionale
Terroir Frites

Das Ausgefallene
Super-Country Frites

Das Knusprige
Super-Frites

Das Schnelle
Express Frites

Erfahren Sie mehr unter www.kadifrites.ch

Zeit haben für das wirklich Wichtige ...



... für Ihre Gäste.

Unsere modernen Hotelsoftware-Lösungen nehmen Ihnen viel Arbeit ab, sorgen für mehr Transparenz und Flexibilität. Nutzen Sie alle Möglichkeiten des Internet- und Mobile-Marketings. «Stay in touch with your guests!» Alles wird einfacher und effizienter. Das Beste: Die protel Hotelsoftware-Lösungen verhelfen Ihrem Betrieb zu mehr Logiernächten und höherer Rendite.

STELLENINSERATE



Ferienhotel im Chalet Stil. Ein echtes Hiway.

Das mittelgrosse gemütlich-urhige Ferienhotel im Chalet Stil mit grossem Umschwung bietet ideale Rückzugsmöglichkeiten. Für einfache Ansprüche gibt es einfache Unterkunfts-möglichkeiten, für anspruchsvolle Gäste stehen neu renovierte Komfortzimmer zur Verfügung und wer es besonders romantisch mag, bucht eines der schönen Zimmer mit integriertem Whirlpool oder Sauna in einem der freistehenden Chalets. Das Ganze an idyllischer hochalpiner Lage, weit ab vom Lärm und der Hektik des Alltags und doch nur eine gute Stunde entfernt von einer der grossen CH-Metropolen.

Hier sind naturverbundene Hoteliers/Hotelières gefragt, die sich darauf freuen selbst Hand anzulegen und den engen persönlichen Kontakt zu ihren Gästen als den besonderen Reiz der Aufgabe zu sehen. Idealerweise übernimmt eine Person des Gastgeberduos die Küchenchef-Funktion oder bei einer Einzelführungsperson entlastet Er/Sie sich z.B. mit einem versierten Sous-Chef und leitet die F & B-Outlets (Restaurant, Stübli, Terrasse) persönlich.

Geschäftsführer w/m
oder Geschäftsführerpaar/-duo

Servicebereitschaft und Gastgeberqualitäten werden hoch gewichtet. Dass Sie bereits einen Hotelbetrieb wirtschaftlich erfolgreich geleitet haben oder als Nachwuchspersönlichkeit einen Leistungsausweis als Vize mitbringen, ist beides möglich. Auch ein ambitionierter Küchenchef mit dem Wunsch nach Gesamtverantwortung ist denkbar. Falls Sie sich kurz-/mittel- oder langfristig am Unternehmen beteiligen möchten: Kein Problem; wird Ihnen geboten! Kurze Entscheidungswege: Sie rapportieren direkt dem VR.

Aktuelle schweizerische Ferienhotellerie-Erfahrung bringen Sie mit. Ein komfortables alleinstehendes Chalet im Maisonette-Stil auf dem weitläufigen Areal könnte Ihre neue Wohnung werden! Es kann zu äusserst vorteilhaften Bedingungen gemietet werden. Flexibler Eintritt: Sommer oder Herbst 2017; vorstellbar ist auch der 1. Februar 2018, ganz nach Ihren Möglichkeiten. Möchten Sie mehr über die Vorteile und Zukunftspläne (der spätere Bau eines weiteren Hotelbetriebes in der Nähe – unter Ihrer Leitung – ist angedacht), die mit dieser einzigartigen Position verbunden sind, erfahren? Dann CV/Foto via Mail senden oder anrufen.

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants
Überlandstr. 109 · 8600 Dübendorf · Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch · ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch



41715-13221



Sie stehen für Service Excellence.

Das ERMITAGE Wellness- & Spa-Hotel in Gstaad-Schönried ist eines der besten Wellness-Hotels der Schweiz. Das beliebte 5-Sterne-Chalet-Resort mit modernster Infrastruktur erfüllt allerhöchste Ansprüche: 3500 m² Wellness- und Spa-Oase mit Hallen- und Frei-Solbad sowie beheiztem Outdoor-Sportpool; rund 100 Zimmer & Suiten; zwei Restaurants in neun Stuben, topmoderne Küche mit Live-Cooking, grosszügige Aufenthaltsräume; Inhouse-Sportshop und vieles mehr.

Im Rahmen einer Nachfolgeregelung wenden wir uns im Auftrag des Verwaltungsrates an eine exzellent ausgebildete Hotelier-/Hotelière-Persönlichkeit. Ideale Voraussetzungen für diese resultatorientierte Executive Position: Abschluss einer der etablierten Schweizer Hotelfachschulen, Integrität, Innovationen gegenüber aufgeschlossen sowie die Fähigkeit neue Business Opportunities aufzuspüren und frühzeitig Trends zu erkennen.

Hoteldirektor w/m
5-Sterne-Chalet-Resort

Idealprofil: Aktuelle, mehrjährige Erfahrung als oberster Gastgeber oder ein Leistungsausweis als starker Nr. 2 eines grösseren Schweizer Hotelbetriebes im Deluxe Segment, Affinität in Sachen Wellness und Flair für kulturelle Aspekte, besitzen den Blick fürs Detail, setzen sich durch, treten souverän auf und in Sachen Leitung starker Department Heads macht Ihnen so schnell keiner was vor. Rhetorisch, sprachlich (D/E/F) sind Sie fit und kommunizieren klar auf allen Ebenen.

Konsequente Umsetzung erforderlicher Massnahmen gehört für Sie zum Tagesgeschäft! Probleme werden von Ihnen sachlich angegangen und rasch gelöst. Sie stehen für Service Excellence, sind bekannt für strukturiertes Vorgehen und suchen eine echte Herausforderung. Dazu bieten wir Ihnen die entsprechende Plattform. Eintritt nach Vereinbarung; jedoch spätestens im Herbst. – Interesse? Dann CV/Foto per Mail senden oder die Infoline 044 802 12 00 anrufen. Ausserhalb der Bürozeiten, abends und am Wochenende erreichen Sie uns unter 079 402 53 00. Wir sind gespannt auf Sie!

Ralf-Ansgar Schäfer & Anja Gieger, Mitglied der Geschäftsleitung

SCHAEFER & PARTNER
Human Resources Consultants
Überlandstr. 109 · 8600 Dübendorf · Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch · ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch



41714-13220



Häberli's Schützenhaus ist ein moderner Gastronomiebetrieb vor den Toren der Stadt Bern mit Bistro, Brasserie, Gourmet- und Bankettsaal. Eine gedeckte Sommerterrasse sowie die Vinothèque «Le Millésime» gehören auch dazu.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per Mitte Mai oder nach Vereinbarung, auch als Teilzeitstelle möglich, eine/n

Servicefachmitarbeiter/in
für den gepflegten à la carte-Service

Wenn Sie über gute Berufserfahrung verfügen, Freude haben, in einem motivierten Team mitzuarbeiten und eine Portion Eigenverantwortung mitbringen, erwarten wir gerne Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf.

Nur Schweizer und Bewilligung B oder C

Häberli's Schützenhaus
Jakob Häberli
Oberdorfstrasse 10
3053 Münchenbuchsee
www.haerberlis.com

4144-13149

Möchten Sie sich selbständig machen?

Wir vermieten per 1. Oktober 2018 ein Geschäftshotel mit 180 Betten an sehr guter Geschäftslage. Kapitalbedarf ca. Fr. 500'000.--

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, welche absolut vertraulich behandelt wird.

Kontakt unter Chiffre 41709-13218, htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

41709-13218



Führendes 5-Sterne-Boutique-Hotel – Internationales Publikum

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

Traumjob für Küchenprofis 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 auf höherem Gourmet-Niveau, grossem Bankett-Geschäft und Menü-Kompositionen für Feriengäste. Das gut eingespielte Management-Team wird mit Ihnen das Unternehmen gemeinsam weiterbringen und fit machen für eine spannende Zukunft.

Küchenchef w/m
oder starker Executive Sous-Chef auf dem Sprung in die volle Verantwortung

Als organisatorisch starke Küchenfach-Persönlichkeit beschreiten Sie mit uns neue Wege und leiten eine Crew von bis zu zwanzig Mitarbeitenden, die für mehrere F & B-Outlets produzieren. In einer exklusiven lebendigen Umgebung werden Sie für Individual- und Feriengäste, Seminarteilnehmer, wichtige Persönlichkeiten des täglichen Lebens und internationaler Prominenz, verführerische Kreationen arrangieren.

Fachlich versierte, jüngere Küchenchefs oder Profi-Sous-Chefs mit entsprechenden Leistungsausweisen informieren wir gerne über die Vorteile, die mit dieser attraktiven Kaderposition verbunden sind. Angedachter Eintrittstermin: Per sofort oder später 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. 109 · 8600 Dübendorf · Tel. +41 44 802 12 00
www.schaeferpartner.ch · ansgar.schaefer@schaeferpartner.ch



41662-13204

LEADERSHIP IM LA LA LAND

Die Fähigkeit von Führungspersönlichkeiten, Talente zu erkennen und weiterzuentwickeln, ist für den Erfolg des Unternehmens entscheidend. Mitarbeitende, die ihre Vision auch in der Realität lebhaft und überzeugend verkörpern, tragen zur langfristigen und nachhaltigen Entwicklung bei. Umso mehr gehört es zu den Führungsaufgaben, Menschen dazu zu mobilisieren, ihre Ideen mit Emotionen zum Leben zu erwecken.

Der Hotelmanager, der den charismatischen Jazz-Pianisten Sebastian anweist, auf eigene Improvisationen in seiner Hotelbar zu verzichten, hat dessen Potenzial nicht erkannt. Wem schon einmal eine Türe vor der Nase zugeschlagen wurde, kann Sebastian sowie der ehrgeizigen Mia nachfühlen. Im Musical «La La Land» rappeln sich diese beiden Träumer immer wieder hoch. Er entdeckt seine Sehnsucht nach der Schauspielerei und umgekehrt. Beide erkennen das Potenzial des anderen, und ihre Träume sind wundervoll. Wie man Karriere macht und seinen Idealen treu bleibt, welche Kompromisse man dabei eingeht und

welche schmerzhaften Konsequenzen diese manchmal nach sich ziehen, davon erzählt der Film. Wir alle hatten sie als Kind: Träume, wie unser Leben sein soll. Für das Aufgeben von Träumen werden meist äussere Umstände, Anpassung oder schlechte Bedingungen als vermeintliche Gründe genannt. Die Fremdbestimmung lässt grüssen! Dabei holen Frust, Depression und Burnout unerbitlich auf. Vielleicht weil viele ohne Berufung unterwegs sind. Grosse Ideen, persönliche Werte und Träume werden der Sicherheit oder dem Prestige geopfert. Wie lebendig ist Ihre Berufung? Interessant dazu ist, was Trendforscher des GDI (Gottlieb Duttweiler Institut) bestätigen: Das Motto des Menschen am Anfang des 21. Jahrhunderts ist mehr denn je «Ich shoppe, also bin ich.» Auch wenn Shopper sich mit dem Objekt der Begierde ein Stück Identität kaufen, kann nicht jede Schwäche und jeder Frust mit Konsum befriedigt werden. Wie wäre es mit sinnreichem Tun mit Begeisterung? Das ist der Motor für Motivation und ermöglicht es, bei sich und anderen verborgenes Potenzial freizulegen. Eine klare Mission, die uns erfüllt, bewegt und von innen vor-

wärts trägt, gibt den Drive! Wer seine Talente lebt und der eigenen Berufung folgt, wird von innen durch kraftvolle Träume inspiriert. Es lohnt sich, sich immer wieder auf das wirkliche Wesentliche auszurichten. Leadership beginnt bei uns selbst: Klarheit in den eigenen Werten und Überzeugungen. Unsere persönliche Ausstrahlung, das Leuchten in unseren Augen und unsere Kraft als Leader machen den Unterschied aus. Wir brauchen sie mehr denn je – Visionäre, die nach den Sternen greifen und daran glauben. Doch vielleicht kommt es gar nicht so sehr darauf an, alle Träume zu verwirklichen, sondern Schritt für Schritt die eigene Berufung zu klären.



Christina Weigl
Training & Coaching GmbH
christina-weigl.ch

STELLENINSERATE AUF HOTELJOB.CH

Direktion / Geschäftsleitung

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Job-Code
Director Project Management	SV Group	ZH	J125122
Küchenchef	Schaefer & Partner GmbH	CH	J124697
Restaurantleiter/in	SV Group	BE	J124734
Co-Betriebsleitung	Hotel Stern Luzern	Z-CH	J125015
GeschäftsführerIn	PermServ AG	ZH	J124876
Geschäftsführer	Casa Novo GmbH	BE	J124675
Consultant Hotellerie / Gastronomie	PermServ AG	ZH	J125034
Geschäftsführer	Schaefer & Partner GmbH	CH	J125085
Restaurant Manager	SV Group	SO/AG	J125078
Geschäftsführung	Bindella Terra Vite Vita SA	BE	J124803
Direktor	Schaefer & Partner GmbH	CH	J124789
Assistent/in des Geschäftsführers	HRMaker GmbH	ZH	J125126
Geschäftsführer / Gerant	Ospena AG	ZH	J124918

Marketing / Verkauf / KV / IT

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Job-Code
Material Controller	Gate Gourmet Switzerland GmbH	ZH	J124707
Praktikant Revenue Management & Distribution	welcome hotels, Gaho Holding AG	ZH	J124975
Junior Sales Manager	PermServ AG	ZH	J124950
Seminar-, Event- und Sportkoordinator/in	Seminarhotel Sempachersee	Z-CH	J124922
Bildungsberater	Domino Gastro AG	ZH	J125097
Sales Manager	Hotel Eden au Lac	ZH	J125041
Stv. Leiter/in Réception ca. 80%	Prospective Media Services AG	O-CH	J124997

Beauty / Wellness / Fitness

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Job-Code
Fitness-Instructor	Arcona Management GmbH	SH	J124740

Réception / Reservation

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Job-Code
Front Office Mitarbeiter	Astoria Betriebe AG	Z-CH	J124807
Réception	Domino Gastro AG	BO	J124793
Receptionist	Ospena AG	ZH	J124791
Réceptionsmitarbeiter(in)	Swiss-Chalet Merlischachen AG	Z-CH	J125101
Assistant Front Office Manager	PermServ AG	ZH	J124891
Rezeption Praktikant/in	Hotel Sedartis	ZH	J124841
Front Office Mitarbeiter	Astoria Betriebe AG	Z-CH	J124912
Réceptionist/in	Hotel Hermitage	Z-CH	J124958
Teammitglied Reservierung & Empfang	Seerose Resort & Spa	BS	J125049
Reservations Coordinator	Lenkerhof gourmet spa resort	BO	J125055
Empfangsleitung	Fruitt Resort AG	Z-CH	J124933
Réceptionist/In	Lenkerhof gourmet spa resort	BE	J125056
PraktikantIn Réception	Lenkerhof gourmet spa resort	BO	J125057

F&B / Catering / Events

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Job-Code
Junior Projektleiter Catering	Hotel Stern Luzern	Z-CH	J125016
F&B Assistent Einkauf /Controlling	Hospitality Visions Lake Lucerne AG	CH	J124715
Catering Verantwortliche/r 80-100 %	SV Group	BS	J124695
Serveur(se) Banquet	Grand Hôtel Suisse Majestic SA	VD/ U-VS	J124746
Stv. Leiter/in Gastronomie und Events	Prospective Media Services AG	BE	J124724
Meeting & Convention Manager	PermServ AG	ZH	J124799
F&B Manager	SV Group	BE	J124774
Commis de Cuisine	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	J124881
Bankett und Eventmanager	Active Gastro Eng GmbH	ZH	J124908
Betriebsassistent F&B	Hotel Restaurant Schiff	ZH	J124993
F&B Assistent	Lenkerhof gourmet spa resort	BO	J125058
Teammitglied Service Seminare & Events	Seerose Resort & Spa	SO/AG	J125051
Restaurant Manager	Prospective Media Services AG	SH	J125000

Küche

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Job-Code
Sous Chef	Fredy Wiesner Gastronomie	Z-CH	J124679
Chef de Partie	Casa Novo GmbH	BE	J124676
Sous-Chef	Casa Novo GmbH	BE	J124677
Koch	Hotel Stern Luzern	Z-CH	J125017
Chef Saucier / Tournant	Hotel Continental-Park	Z-CH	J124861
Chef de Partie evtl. Jungkoch (m)	Domino Gastro AG	BS	J124946
Commis de Cuisine	Hotel Sedartis	ZH	J124840
Chef de Partie	Hotel Sedartis	ZH	J124839
Jungkoch / Koch	Elite Bewirtschaftungs AG	BE	J125020
Küchenchef/in	SV Group	SO/AG	J124829
Chef de Partie	Swiss Holiday Park AG	Z-CH	J125021
Chef de partie	Prospective Media Services AG	ZH	J124914

Legende:

Z-CH = Zentralschweiz
O-CH = Ostschweiz
BO = Berner Oberland
O-VS = Oberwallis
U-VS = Unterwallis
CH = ganze Schweiz

Alleinkoch	Schweizer Jugendherbergen	Z-CH	J124822
Köchin/Koch	SV Group	BE	J124963
Sous-Chef	Seerose Resort & Spa	SO/AG	J125052
Koch	Seminarhotel Seeblick	Z-CH	J124737
Chef de Partie Entremetier	Restaurant Gasometer AG	ZH	J124754
Köchin/Koch	SV Group	BE	J125123
Chef de Partie	Global Hospitality Services GmbH	ZH	J124750
Commis de Cuisine	Kramer Gastronomie	ZH	J124748
Chef de Partie	Arabella Hotel Waldhuus Davos	GR	J125127
Küchenchef	Schaefer & Partner GmbH	CH	J124696
Küchenchef	Prospective Media Services AG	ZH	J125116
Koch	Seminarhotel Seeblick	Z-CH	J124902
Jungkoch	Swiss Holiday Park AG	Z-CH	J125137
Jungkoch/köchin	Prospective Media Services AG	O-CH	J124658
Chef de partie	Prospective Media Services AG	ZH	J125066
Demi Chef de Partie	SV Group	ZH	J124964
Koch	Prospective Media Services AG	BE	J124718
Sous Chef	gastro-sear.ch	BS	J124717
Chef de partie	Domino Gastro AG	ZH	J124795

Service / Restauration

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Job-Code
Barmitarbeiter/in	Seminarhotel Sempachersee	Z-CH	J124920
Assistent Restaurant Manager	PermServ AG	ZH	J124786
Teamleader Bar	Bindella Terra Vite Vita SA	ZH	J124805
Stv. Chef de Service	Prospective Media Services AG	O-CH	J124723
Stv. Leiter/in	Titlis Bergrestaurants	Z-CH	J125138
Barmitarbeiter	Kramer Gastronomie	ZH	J124730
Serviceemitarbeiter	Casa Novo GmbH	BE	J124678
Servicefachangestellte/r	Prospective Media Services AG	O-CH	J124660
Restaurationsfachfrau/mann	Prospective Media Services AG	O-CH	J125121
Aushilfen Service und Bankett	Hotel Eden Spiez AG	BO	J125104
Catering Supervisor	PermServ AG	ZH	J124701
Chef de Bar	Hotel Restaurant Schiff	ZH	J124992
Servicefachangestellten	Hotel Holiday Thun	BO	J124979
Chef de Service	Elite Bewirtschaftungs AG	BE	J124990
Chef de Service	PermServ AG	SO/AG	J124969
Servicefachangestellte/r	Prospective Media Services AG	BE	J124961
Chef de Service / Restaurantleiter	Hotel Sedartis	ZH	J124925
Servicefachmitarbeitende	Hotel Sedartis	ZH	J124929
Commis de Rang	Lenkerhof gourmet spa resort	BO	J125064
F&B Supervisor	PermServ AG	ZH	J124703
Chef de Rang	Fruitt Resort AG	Z-CH	J124931
RestaurantleiterIn	PermServ AG	ZH	J124949
Restaurationsfachfrau/-mann	Seerose Resort & Spa	BS	J125053
Service Supervisor	PermServ AG	Z-CH	J124951
Chef de Service	PermServ AG	ZH	J124953
Restaurationsfachfrau/mann	Hotel Hermitage	Z-CH	J124957
Servicekraft	Fred Tschanz Management AG	ZH	J125046
Buffet Mitarbeiter/in	Hotel Hermitage	Z-CH	J124959
Chef de Service	Fred Tschanz Management AG	ZH	J125044
Serviceaushilfe 30-60%	Kraftt Gruppe	BS	J124898
Chef de Service	Prospective Media Services AG	ZH	J125113
Servicefachfrau oder -mann	Domino Gastro AG	O-VS	J124900
Chef de Service	HRMaker GmbH	ZH	J125027
Serviceemitarbeiter/in	Hotel Lenzerhorn Spa & Wellness	GR	J124850
Restaurationsfachfrau / -mann	Holiday Inn Bern Westside	BE	J124870
Service	Hotel Stern Luzern	Z-CH	J125018
Shift Leader	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	J124883
Restaurationsangestellte/r	Prospective Media Services AG	ZH	J125005
Serviceemitarbeiter 80% -100%	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	J124884
Chef de service	Prospective Media Services AG	BE	J125003
BetriebsassistentIn	PermServ AG	ZH	J124782
Chef de Service	PermServ AG	ZH	J124783

Hauswirtschaft

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Job-Code
Portier	Astoria Betriebe AG	Z-CH	J124722

Diverses

Position	Arbeitgeber/Vermittler	Region	Job-Code
Supervisor	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	J124878
Human Resources Assistant	PermServ AG	ZH	J124973
Betriebsassistenten	Hotel Bären Suhr AG	SO/AG	J124694
Management Trainee Operations	Select Service Partner (Schweiz) AG	ZH	J124880
Sachbearbeiter Kreditorenbuchhaltung	Gate Gourmet Switzerland GmbH	ZH	J125098
Human Resources Assistant	PermServ AG	ZH	J124832
Betriebsassistenten	Hotel Bären Suhr AG	SO/AG	J125089

hoteljob.ch

DIE STELLENPLATTFORM FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS.
FINDEN SIE IHREN TRAUMJOB MIT HOTELJOB.CH!

Einfach unter hoteljob.ch den gewünschten Job-Code eingeben und direkt das Stellenangebot ansehen. Viel Erfolg bei der Suche!

IMMOBILIEN

HESSERUnternehmensberatung
für Hotellerie & Restauration

Wir verkaufen – vermieten
Hotels und Restaurants, wir optimieren
das Betriebsergebnis, wir unterstützen
Sie bei Betriebsübergabe, Kauf- und
Mietverträgen, Bewerberauswahl, Um-
und Neu-finanzierungen, Neueröffnungen,
Marketing, Sanierungen, Nachfolge und
bei wichtigen Entscheidungen mit
einer Zweitmeinung.

Poststrasse 2, Postfach 413 – CH-8808 Pfäffikon SZ
hesser@bluewin.ch – www.hesser-consulting.ch
055 410 15 57

41070-13057


Saas-Fee * Hotel im Gletscherdorf**

Zum Kauf oder zur Pacht ab Winter 2017/18

nach über 30-jähriger, selbständiger Tätigkeit im Hotelgewerbe und nach Erreichen des Pensionsalters suchen wir ab Winter 17/18 für unseren Betrieb dynamische Tourismuspersonen, welche über Freude und Fachkompetenz im Hotelbusiness verfügen und sich im bekannten Winter- und Sommer-Tourismusdorf Saas-Fee eine neue Existenz aufbauen möchten. (Dank der erfolgreichen WinterCard ist eine optimale Bettenauslastung während der Wintersaison garantiert.)

Unser *** Hotel (StWE) befindet sich in zentraler Lage in unmittelbarer Nähe der Bergbahnen und Skipisten. Der Betrieb verfügt über 27 Gästezimmer mit Balkon (7 EZ, 10 Standard-DZ, 7 Superior-DZ und 3 Familienzimmer) sowie eine Hotelküche, einen Speisesaal mit 65 Sitzplätzen, eine Hotelbar und einen Wellnessbereich mit Sauna und Dampfbad. Zusätzlich sind ein Ski- und Skischuhraum, eine Waschküche und diverse Lagerräume vorhanden. Im Hotel befindet sich auch eine 5½-Zimmer-Wohnung.

Für Kaufinteressenten:

EK- Volumen von 2,5 Millionen CHF, Übernahme von laufenden Hypotheken ist möglich, Besichtigung nur für solvente Käufer mit nachweislicher Bankbonität.

Für Mietinteressenten:

Besichtigung, Pachtbeginn und Pachtzins nach Vereinbarung.

Fam. P. & M. Burgener-Pfammatter, Dorfstrasse 19, 3906 Saas-Fee

E-Mail: info@hotelchristiana.ch

41699-13216

Wir vermieten per 1. Oktober 2018

**Geschäftshotel mit 180 Betten
an sehr guter Geschäftslage.**

Kontakt unter Chiffre 41710-13219, htr
hotel revue, Monbijoustrasse 130,
Postfach, 3001 Bern.

41710-13219

Restaurant oder Hotel zur Pacht gesucht

Per Anfang 2018 (oder nach Vereinbarung) suchen wir im deutschsprachigen Mittelland eine neue Herausforderung. Wir stellen uns einen lebhaften, mittelgrossen Betrieb in einer Stadt oder ein schönes Objekt etwas ausserhalb vor. Nach Möglichkeit mit Familienwohnung.

Wir sind erfahrene Gastro-Profis (Küchenchef / SHL-Absolventin) und seit 15 Jahren erfolgreich selbständig.

Wir freuen uns auf Ihr Angebot an erni.graf@gmx.ch

41719-13223



Wir suchen die innovativsten Projekte und Persönlichkeiten auf dem Tourismusplatz Schweiz.

Bewerben Sie sich jetzt für den MILESTONE 2017. **Anmeldeschluss ist der 31. August 2017** • www.htr-milestone.ch

Der MILESTONE ist der offizielle Schweizer Tourismuspreis. Er wird von der htr hotel revue und hotelleriesuisse verliehen und vom SECO im Rahmen des Innotour-Förderprogramms unterstützt. Der Schweizer Tourismus-Verband STV ist Branchenpartner des MILESTONE.

htr hotelrevue

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Ministero federale dell'economia SECO

innovation
tourism

Tourism Partner

STV_FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione svizzera del turismo
Federaziun svizra del turissem

Supporting Partners

FORUM HOTELIERS
LAUSANNE

VERBAND SCHWEIZER TOURISMUSMANAGER
ASSOCIATION SUISSE DES MANAGERS EN TOURISME
ASSOCIATION SVIZZERA DEI MANAGERS DEL TURISMO
ASSOCIAZIONE SVIZRA DALS MANAGERS DAL TURISSEM

Herzlichen Glückwunsch!

Buon compleanno!

BADAG^{GmbH}

Alles für Ihr Bad...

**GROSSE
MENGE,
KLEINER
PREIS**



Joyeux Anniversaire !

Buns gjavischs!



In praktischen 2x2kg-Kartons erhältlich: Die KADI Egli Knusperli im Bierteig MSC.

Egli Knusperli im Bierteig MSC

Mit dem Frühlingsstart beginnt auch die Saison der Fischknusperli. Zu diesem Auftakt ergänzt die KADI AG das Fischknusperli-Sortiment mit dem ersten MSC-zertifizierten Fisch im Bierteig, dem KADI Egli Knusperli.

Nebst dem nachhaltigen Rohstoff bietet KADI nun auch die Fischart Egli im harmonisch gewürzten und mit Kräutern verfeinerten Bierteigmantel an. Dies gibt dem Geniesser gleich einen zweifachen Mehrwert. Der neue KADI Egli-Rohstoff kommt aus einem nachhaltigen Wildfang und trägt das Label des MSC (Marine Stewardship Council). Dieses Label steht für verantwortungsbewusst-

te und nachhaltige Fischereien, welche gemeinsam gegen das globale Problem der Überfischung kämpfen.

Der Egli gehört in der Schweiz wegen seines weissen und mageren Fleisches zu den beliebtesten Süswasserfischen. Zudem enthält das gerätereame Fleisch wertvolle Proteine und Mineralstoffe. Die raffinierte Kombination aus feinsten Kräutern und ausgewähltem Schweizer Bier macht den Bierteigmantel der Knusperli nicht nur sommerlich luftig, sondern auch lang anhaltend knusprig.

www.kadi.ch

Porzellan wie eine fließende Bewegung

Am Anfang stand die Idee für eine reine Form: zeitgenössisch, elegant und poetisch. In der neuen Geschirrkollektion Fluen, die der Schweizer Designer Alfredo Häberli für die Porzellanmanufaktur FÜRSTENBERG entworfen hat, verbinden sich fließend Poesie und Präzision.

Fluen ist ein Porzellan wie eine weiche, fließende Bewegung. «Es geht ums Fliesen, um Formverläufe. Ich habe versucht, ganz weiche Linien herzustellen, also eigentlich fließende Linien, und auf diese Weise fast kein Design in den Entwurf zu bringen. Man

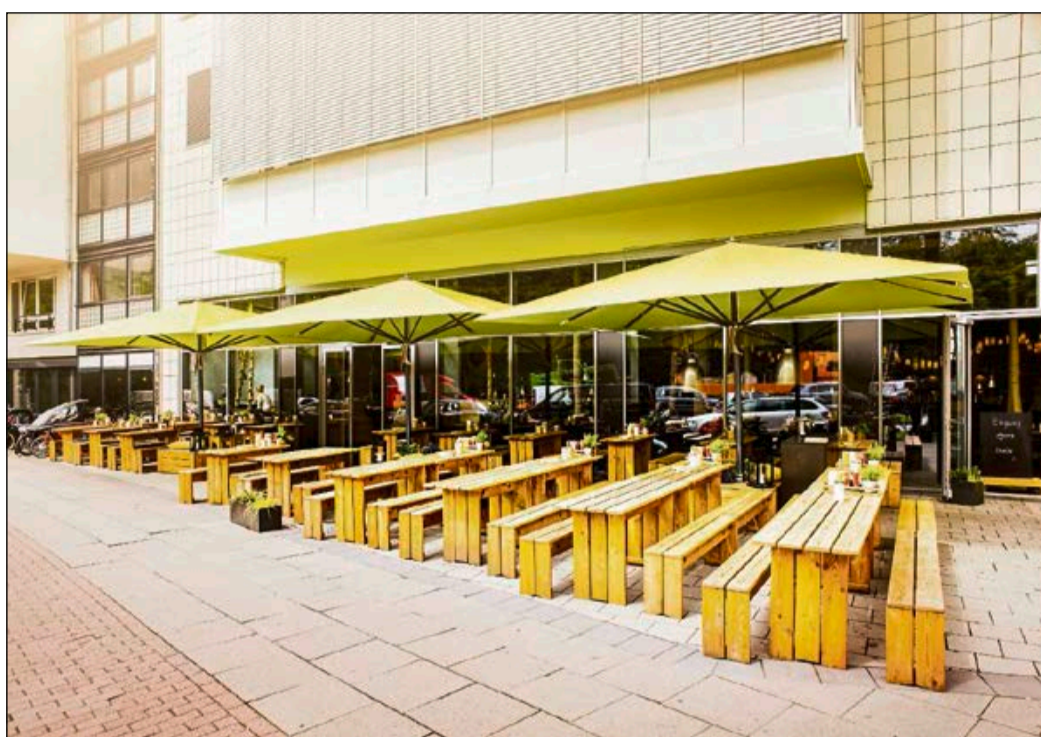
sieht das sehr gut an dem Pastateller, der sich durch eine durchgehende, weiche Bewegung auszeichnet», so Alfredo Häberli.

Fluen ist ein universelles Service, das einerseits funktional und zweckbestimmt auftritt, andererseits intuitiv und organisch erscheint. Zurückhaltend gestaltete Gefässe treffen bei Fluen auf markante Einzelteile. Fluen passt sich somit in vielfältige, moderne Lebenswelten ein und erfüllt die Anforderungen an ein zeitloses Porzellan.

www.fuerstenberg-porzellan.com



Fluen Fine Lines: Dekor mit fließender Eleganz.



Glitz Castello M4.

Langlebige Schattensperder im XXL-Format

Die Ansprüche an Sonnenschirme im Gast- und Hotelgewerbe sind hoch. Sie müssen robust in der Konstruktion und multifunktional im Einsatz sein. Mehr als nur komfortable Schattenlösungen bietet zum Beispiel der Schweizer Sonnenschirmhersteller Glitz mit seinem umfangreichen Sortiment an Grossschirmen.

Sämtliche Grossschirme überzeugen in puncto Robustheit, Multifunktionalität, hochwertigen Materialien und modernem Design: Die Modelle Castello M4, Ambiente, Palazzo Style, Palazzo Royal und Palazzo Noblesse schützen vor Sonne, Wind und Regen, halten widrigen Witterungsbedingungen stand und garantieren mit dem Prüflabel «UV-Pro-

tection» bei allen Schirmbezügen einen UV-Schutz von mindestens 98 Prozent.

Den richtigen Schirm finden Ausschlaggebend für die Schirmwahl sind nicht nur das Sitzmobiliar, der Sonnenverlauf und die Bodenbeschaffenheit, sondern vor allem die Platzverhältnisse vor Ort – und die sind meist

begrenzt. Möchte man die Auslenfläche komplett ausschöpfen, bietet sich beispielsweise als grösster Freiarmschirm der Ambiente mit einem Durchmesser von bis zu 5 Metern an. Während bei den Modellen Castello M4, Palazzo Style, Royal und Noblesse der Mast mittig am Schirmdach befestigt ist, ist er beim Ambiente seitlich von diesem fixiert. Somit lässt sich die Fläche unter dem Schirm optimal nutzen, da hier weder Mittelmast noch Schirmsockel Platz beanspruchen.

www.glitz.ch

Salvis AG – Neue Verkaufsorganisation Schweiz



Salvis verstärkt ihre Verkaufsorganisation in der Schweiz. Am 1. April 2017 übernahm Sascha Hofer die Gesamtverantwortung im Verkauf Schweiz.

Sascha Hofer ist dipl. Gastronomiekoch und schloss 2016 die Ausbildung zum eidg. diplomierten

Verkaufsleiter mit Erfolg ab. Er ist bereits seit 10 Jahren für Salvis tätig. Zu Beginn seiner Vertriebskarriere betreute Sascha Hofer Gastronomiekunden in der Region Bern. Seine Kompetenz und sein Fachwissen konnte er in den Folgejahren als Exportverkaufsleiter Osteuropa unter Beweis stellen. Seit 2015 ist Sascha Hofer Leiter Key Account und übernimmt nun zusätzlich die Gesamtverantwortung des Verkaufs Schweiz.

Salvis AG ist seit über 100 Jahren Hersteller von Koch-Apparaten und Profi-Herden mit dem Ziel, dem Gastronom perfekte Gargergebnisse mit (kosten-)optimierten Abläufen zu ermöglichen. Sascha Hofer unterstützt Sie dabei tatkräftig mit seinem Know-how und seiner Beratungs- und Verhandlungskompetenz.

www.salvis.ch

Verführen Sie Ihre Gäste mit einer schmackhaften Portion Frühling

Sonnenstrahlen, leuchtendes Grün wo man hinschaut, und alles blüht und gedeiht – Bärlauch, Spargeln, Frühlingszwiebeln... Die schönste Inspiration für eine Fülle neuer Birschofzeller Saison-Hits.

Ganz neu im Sortiment, und auf jeden Fall eine Empfehlung wert, ist unser neuer Krawättlialat Primavera. Bestehend aus feinem und buntem Gemüse, überzeugt dieser köstliche Salat durch seine Leichtigkeit. Für die Liebhaber von herzhaften Speisen empfehlen wir unsere neue Elsässer Pastapfanne,

die durch Kochspeck und würzigen Greyerzer veredelt, ein herrliches Geschmackserlebnis garantiert. Aber auch unsere Klassiker wie z.B. die Spargellasagne, die Bärlauchspätzli und die Ravioli all'asparagi erfreuen den Gaumen.

In unserem Frühlingflyer finden Sie eine grosse Auswahl an saisonalen Köstlichkeiten: frisch zubereitet, einfallreich kombiniert und optimal portioniert. Qualität zahlt sich einfach aus.

www.bina.ch/culinarium



Krawättlialat Primavera.

Impressum

htr hotel revue

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

Herausgeber/Editeur

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern

Newsportal

htr.ch

Redaktion

Chefredaktor: Gery Nievergelt/gn

Assistentin Chefredaktion und
Geschäftsführung Milestone Tourismuspreis
Schweiz: Sabrina Jörg Patoku

Redaktorinnen und Redaktoren:

Natalie-Pascale Alesch/npa (Verantwortliche Online/News); Laetitia Bongard/lb; Alexandre Caldara/aca (Verantwortlicher cahier français); Franziska Egli/fee; Olivier Geissbühler/og (Praktikum); Gudrun Schlenczek/gsg (Verantwortliche hotel gastro welten); Daniel Stampfli/dst (Verantwortlicher thema); Patrick Timmann/pt

Grafik und Produktion: Carla Barron-Secci/cbs (Verantwortliche); Natalie Siegenthaler/ns; Nora Lehmann/nl (Praktikum)

Korrektorat: Paul Le Grand

Meinung/Leserbriefe: Gery Nievergelt
Sekretariat: Sabrina Jörg Patoku (Verantwortliche); Danijela Bosnjak

Verlag

Leitung: Bernt Maulaz

Assistent: Alain Hänni
Stelleninserate: Angela Di Renzo Costa
Geschäftsanzeigen: Michael Müller, Simona Manoelli
hoteljob.ch: Denise Karam

Druck: NZZ Media Services AG, 9001 St. Gallen

Auflage: 10 044 (WEMF/SW-Beglaubigung 2016)
Leser: 65 000 (Studie DemoScope 2013)
Verkaufspreise (inkl. MwSt):
Jahresabonnement Fr. 165.–
ISSN: 1424-0440

Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16
Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Online Redaktion: online@htr.ch

Abonnemente: Tel. 031 740 97 93

Fax 031 740 97 76; E-Mail: abo@htr.ch
Inserate: Tel. 031 370 42 42,
Fax 031 370 42 23, E-Mail: Inserate@htr.ch;
Milestone: Tel. 031 370 42 16

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

htr-jubiläumswettbewerb

concours du jubilé d'hotel revue

In welchem Kanton liegen diese historischen Hotels?

Dans quel canton situer ces hôtels historiques?



A) ZH B) TI C) LU

Bilder Hotelarchiv Schweiz

Sie haben bei jedem abgebildeten Hotel drei Kantone zur Auswahl, nur einer davon ist richtig. Notieren Sie jeweils den richtigen Buchstaben (A, B oder C) heraus. Lösungsbeispiel: ABCACABC. Viel Erfolg! og

Vous pouvez pour chacun des hôtels choisir entre trois cantons. Une seule réponse est possible à chaque fois. Notez la lettre juste (A, B ou C). Solutions par exemple: ABCACABC. Beau succès! aca



A) BE B) VS C) OW



A) TI B) LU C) ZH



A) VD B) GE C) TI



A) UR B) GR C) VS



A) VS B) BE C) GL



A) SZ B) LU C) SG



A) BS B) BE C) NE

Preise und Teilnahmebedingungen / Prix et conditions de participation



1. Preis: 1 Boxspringbett Palace im Wert von 5700 Franken. Mit Kopfteil, Füßen, Matratze Hotel Deluxe und Deluxe Topper, 160 x 200 cm.

Offertiert von happy systems
www.happy.ch

Premier prix: 1 lit Boxspring d'une valeur de 5700 francs. Avec tête de lit, pieds, matelas Hotel Deluxe et Deluxe Topper, 160 x 200 cm.

Offert par happy systems
www.happy.ch

Lösung mit dem Vermerk «**jubiläum**» per Mail an redaktion@htr.ch, über www.htr.ch/jubilaem oder per Post an Redaktion htr, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.

Envoi avec la mention «**jubilé**» par mail à redaktion@htr.ch, par www.htr.ch/jubilaem ou par poste à rédaction htr, Monbijoustrasse 130, Boîte postale, 3001 Berne.



2. Preis: 1 Wochenende mit dem Audi A3 Cabriolet im Wert von 530 Franken, inklusive unlimitierten Kilometern.

Zur Verfügung gestellt von Europcar
www.europcar.ch

Deuxième prix: 1 week-end au volant d'une Audi A3 Cabriolet d'une valeur de 530 francs, avec kilométrage illimité.

Mis à disposition par Europcar
www.europcar.ch

Einsendeschluss ist der 31. Mai 2017.

Délai de clôture au 31 mai 2017.



3. Preis: Eintritt für 2 Personen an die Preisverleihung «MILESTONE Excellence in Tourism» am 14. November 2017 im Kursaal Bern, inklusive Apéro riche.

www.htr-milestone.ch

Troisième prix: Une entrée pour deux personnes à la remise du prix «MILESTONE Excellence in Tourism» le 14 novembre 2017, au Kursaal de Berne, avec un apéro riche.

www.htr-milestone.ch

Unter den richtigen Einsendungen werden die Gewinner ausgelost. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Mitarbeitende von htr hotel revue und hotelleriesuisse sind von der Teilnahme ausgeschlossen.

Parmi les bonnes réponses les gagnants seront désignés par tirage au sort. Au sujet du concours aucune correspondance ne sera entretenue. La participation au concours n'est pas possible pour les collaborateurs d'htr hotel revue et d'hotelleriesuisse.



Delegierten-Versammlung des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) vom 27. und 28. Mai 1931 im Park Hotel Lugano (heute: Continental-Parkhotel).

Ch. Schiefer, Lugano

Gastgeber der «High Society» und Weltpolitik



Peter Sellers alias Inspektor Clouseau bei den Dreharbeiten zum Film «The Return of the Pink Panther» 1975 im «Gstaad Palace».

Gstaad Palace



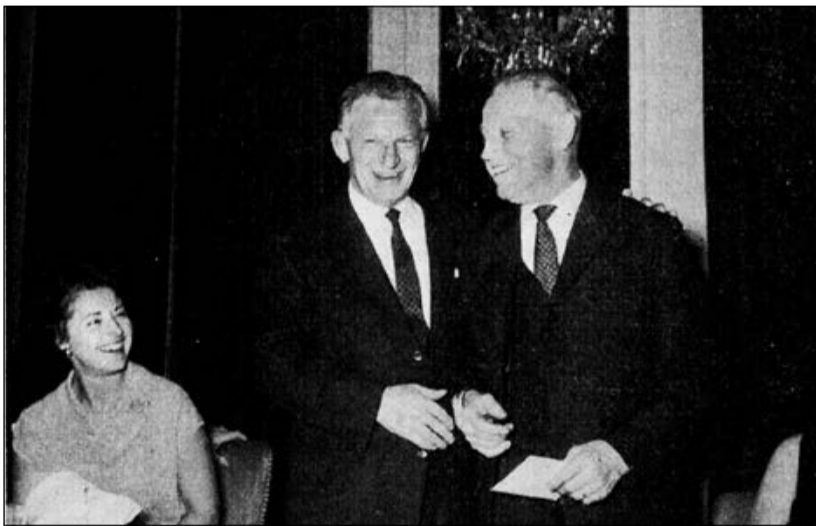
Die deutschstämmige Schauspielerin **Lilli Palmer** mit dem französischen Schauspieler **Maurice Chevalier** um 1960 im Zürcher «St. Gotthard».

Hotel St. Gotthard, Zürich



Im «Salle des fêtes» des heutigen Fairmont Hotel Le Montreux Palace wurde 1936 das fortzu geltende Meerengen-Abkommen **Convention de Montreux** unterzeichnet. Die Nobelherberge garantierte dabei die Sicherheit von über 500 Diplomaten der neun anwesenden Verhandlungsnationen.

Montreux Palace



Würdigung vom Patron: An der Angestellten-Weihnacht 1967 im Hotel Schweizerhof in Bern gratuliert Hotelier **Jacques «Jack» Gauer** seinem langjährigen Mitarbeiter **Willy Aebi** zum 40. Dienstjubiläum.

htr jan./1967



In den 70er-Jahren trifft der deutsche Bundeskanzler **Willy Brandt** die Schauspielerin und Sängerin **Marlene Dietrich** in Zürich. Im Hintergrund **Herbert und Elette von Karajan**.

Hotel St. Gotthard, Zürich



Das Hotel Bellevue Palace in Bern empfing 1980 hohen Besuch aus Grossbritannien. Her Majesty **Queen Elizabeth II** mit ihrem Gemahl **Prinz Philip** weilten auf Staatsbesuch in der Schweiz.

Bellevue Palace



In den 60er-Jahren holte Hotelier Ernst Scherz zahlreiche berühmte Stars ins «Palace». 1960 trat der weltberühmte Trompeter und Jazzsänger **Louis «Satchmo» Armstrong** in Gstaad auf.

Gstaad Palace



Ferdinand Hodler malt **General Ulrich Wille** im Berner «Bellevue Palace», das während des 1. Weltkrieges von 1914 bis 1918 Hauptquartier des Schweizer Generalstabes war. Bellevue Palace

Gastgeber der «High Society» und Weltpolitik



Opernsängerin **Maria Callas** und Reeder **Aristoteles Onassis** geniessen um 1950 die Gastfreundschaft im Hotel St. Gotthard Zürich. Hotel St. Gotthard Zürich



Perus Präsident **Manuel Prado Ugarteche** (l.) wird 1950 im «Bellevue Palace Bern» von Bundesrat **Max Petitpierre** empfangen. Bellevue Palace



Ernst Scherz, Zentralpräsident des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) und Besitzer des «Gstaad Palace» (Bildrand r.) begrüsst 1968 im «Bellevue Palace» in Bern Presse- und Behördenvertreter. htr Jan./1968



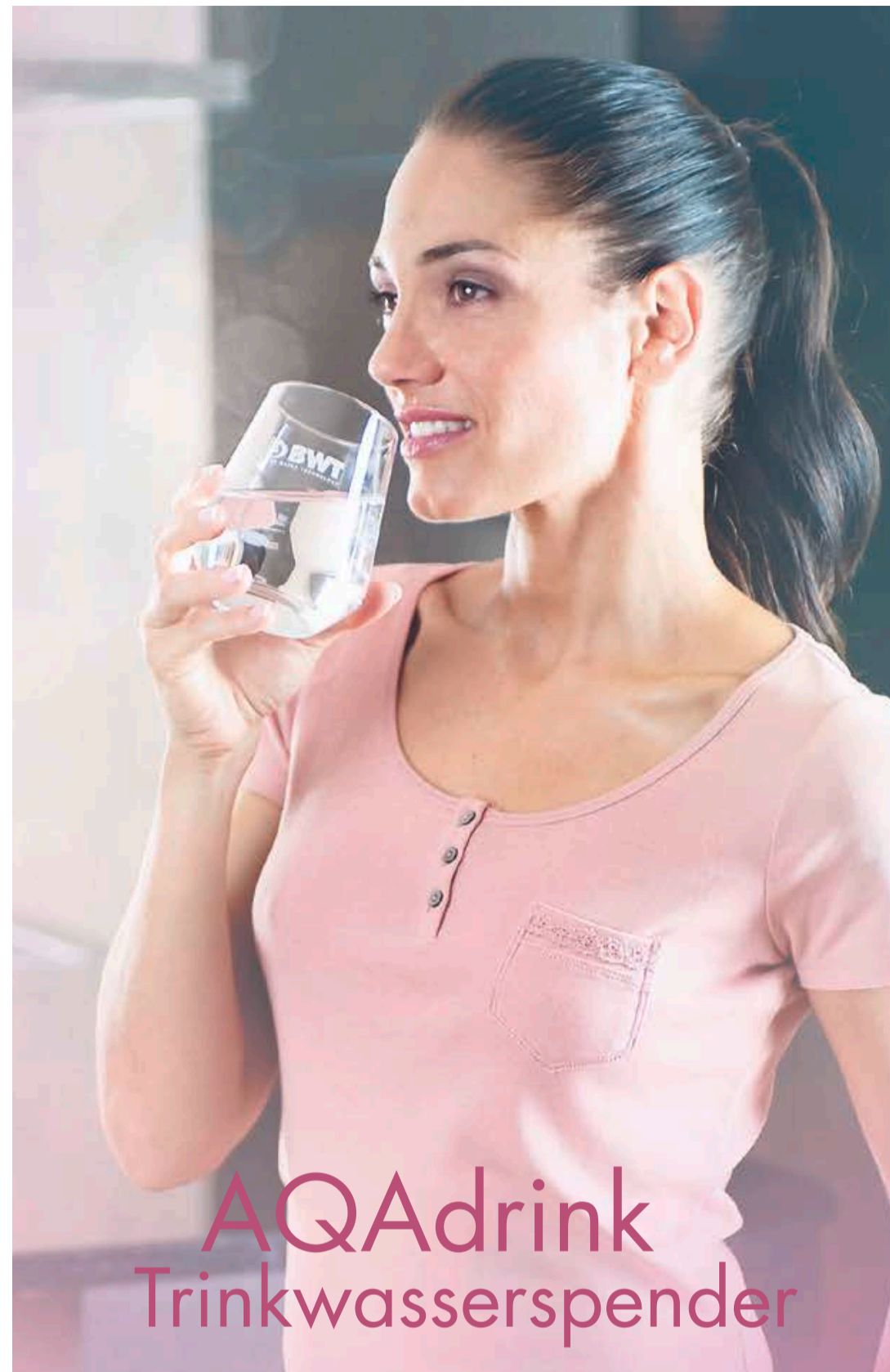
Auf Einkaufstour 1972 in den Vereinigten Staaten, knüpften Schweizer Hotelmanager neue Kontakte v. l.: **Emanuel Berger**, «Jungfrau-Victoria» Interlaken, **Afred Krebs**, «Regina» Grindelwald, **Jürg Reinshagen**, «Palace» Luzern, **Ivane Armleder**, «Richmond» und «La Réserve», Genf, **Fred Groebli**, Schweizer Eiskunstläufer auf Tournee in Detroit. Mit auf dem Bild sind Vertreter von Swissair Detroit. htr Dez./1972



SHV-Infotagung von 1968 (v.l.): Sprachwissenschaftler **Paul Risch** mit **Fritz Erne**, Direktor der «Union valaisanne du tourisme», im Berner «Schweizerhof».



Der Berner Regierungsrat **Hans Tschumi** mit **Heinrich Bircher**, Direktor des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV), 1968 in Bern. Bilder htr Jan./1968



AQA Drink Trinkwasserspender

Verbessern Sie Ihre Arbeitsqualität
und machen Sie Ihr Unternehmen ein Stück smarter.

Ein Trinkwasser für mehr Geschmack, mehr Vitalität und mehr Genuss. BWT Wasserspender erfüllen mit ihren einzigartigen, anwenderfreundlichen Eigenschaften jede Anforderung und jeden Wunsch.

Fragen Sie uns an!

BWT macht das – für mich!

info@bwt-aqua.ch



For You and Planet Blue. **BWT**
BEST WATER TECHNOLOGY

Mehr people unter htr.ch/events



1969 empfängt die Küchenbrigade im «Gstaad Palace» mit Gastgeber **Hansruedi Schaerer** und **Ernst Andrea Scherz** von der Besitzerfamilie die französische Chanson-Sängerin **Mireille Mathieu**. Gstaad Palace



In der Mitte (v. l.): **Pinzessin Lilly von Liechtenstein**, **René Edmond Floriot**, Pariser Strafverteidiger, und **Prinz Jean von Liechtenstein** 1950 im Hotel du Rhône in Genf. htr Dez./1950



Die Berner Luxusherberge Bellevue Palace empfing 1950 mit König **Bhumibol Adulyadej** und seiner Gattin Königin **Sirikit** hohen Besuch aus Thailand. Bellevue Palace



Ernst Andrea Scherz Besitzer des «Gstaad Palace» (Mitte) begrüsst 1987 den englischen Schauspieler **Roger Moore** mit dessen damaliger Gattin **Luisa Mattioli**. Gstaad Palace



Das «Gstaad Palace» wurde 1913 eröffnet und beherbergt seit jeher zahlreiche Celebritys. **Dionne Warwick** begeisterte 1966 das Publikum im 5-Sterne-Superior-Haus. Gstaad Palace



Bei ihrem Staatsbesuch 1960 nächtigte das Monegassische Fürstenpaar im «Bellevue Palace Bern»: Bundespräsident **Max Petitpierre** mit Fürstin **Gracia Patricia von Monaco**. Bellevue Palace

Gastgeber der «High Society» und Weltpolitik

Könige, Fürsten, Staatsmänner und weitere illustre Gäste aus dem in- und ausländischen Showbiz genossen seit jeher die Gastfreundschaft der Schweizer Hotellerie.

NATALIE-PASCALE ALIESCH

Gästebücher aus den Jahren vor 1914 zieren Einträge von Leuten von Rang und Namen. Die Schweizer Luxushotellerie genoss weltweit einen ausgezeichneten Ruf und beherbergte kaiserliche sowie königliche Hoheiten, internationale Aristokratie und die sogenannte «High Society». Oft wurden die Hotels auch als Zweit-sitz genutzt. Nach den Weltkriegen und wirtschaftlichen Krisen (vgl. Seiten 6, 7, 18, 19) war die Kundschaft vorerst verunsichert. Bis Mitte der 1970er-Jahre erholte sich die Branche. Und die Celebritys kehrten zurück. Angesehene Hollywood-Stars, Musikprominenz, berühmte Kunstschöpfer wie Literaten oder Maler brachten wieder Glanz und Glamour. Zum Prestige trugen aber auch Staatsbesuche namhafter Politiker bei.



Prinz Sultan Mohammed Shah Aga Khan III und seine Gattin **Begum** waren Gäste im Hotel St. Gotthard in Zürich. Hotel St. Gotthard Zürich



Viel Bewunderung und Aufmerksamkeit für die italienische Film-Diva **Sophia Loren**, die um die 1970er-Jahre im Berner Oberland im «Gstaad Palace» oft ein und aus ging. Gstaad Palace



Im Nobelhotel waren auch das glamouröseste Hollywood-Paar seiner Zeit: **Richard Burton** und **Elizabeth Taylor** mit **Peter Lawford** (Mitte) gehörten 1973 zu den illustren Gäste im «Gstaad Palace». Gstaad Palace

ANZEIGE

Lukrativ: Die eigene Wäscherei – Kosten im Ø unter CHF 2.00 pro Kilo Wäsche



Faktoren, die für eine eigene Wäscherei sprechen:

- Unabhängigkeit
- Kostengünstige Lösung
- Schnelligkeit
- Hygiene und Desinfektion

Ökologisch und intelligent, mit USB-Schnittstelle

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

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

1845
SCHULTHESS
Wäschepflege mit Kompetenz

