htr
20. Mai 2009
Nr. 21 Fr. 4.30 / € 2.90
AZA/JAA – 3001 Bern / Berne
www.htr.ch

hotel revue

avec cahier français

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus **Heute mit 95 Stellenangeboten**

Design-Hotels
Scuol, Gondo, Barcelona, Hamburg: Vier Hotelkonzepte mit ganz individuellem Charme.
Seite 13 bis 15

Luzern
Projektleiter Jost Huwyler zu Plänen und Hintergründen der Salle Modulable als Erweiterung des Kulturangebots.
Seite 5

Weinseminar
Im Weinkurs von und für Frauen lernen weibliche Weinfans entspannter.
Seite 17

Spa Summit
«Wir müssen eine neue Welt kreieren, und das erreichen wir nur gemeinsam.»
Seite 6

Alt-Bundesrat Adolf Ogi

Pascal Zeller/zvg

Erfolg, in Stein gehauen

Der Milestone wird in diesem Jahr zum 10. Mal verliehen.

Der wichtigste Tourismuspreis der Schweiz bleibt in Bewegung. Dieses Jahr wird der Milestone zum 10. Mal verliehen. Bisherige Gewinner trafen sich zum Get-together.

ELSBETH HOBMEIER

Um den Milestone, den wichtigsten Preis der Schweizer Tourismusbranche, in steter Bewegung zu halten und Innovation nicht nur zu predigen, sondern auch zu leben, lud die hotel revue bisherige Gewinner nach Bern. Von nah und fern reisten jene Frauen und Männer an, welche den Meilenstein in einem der neun letzten Jahre für ihr innovatives Projekt gewonnen hatten. In Interviews und Fragebogen äusserten sie ihre Erfahrungen mit der Auszeichnung, aber auch ihre Ideen, wie dessen Wirkungsradius vergrössert werden könnte. Die allermeisten Gewinner berichteten von einem positiven PR-Effekt und grosser Anerkennung in der Branche. «Es liegt am Preisträger, ein Maximum daraus zu machen», sagt einer der Gewinner. Allgemein gewünscht wurde jedoch ein noch grösseres Echo in den Medien: «Der Milestone muss zum Think Tank der Branche werden.»

Die Anregungen werden in die Vorbereitungsarbeit der nächsten Milestone-Verleihung einfliessen, die am 17. November 2009 in Bern stattfinden wird – als Jubiläums-Event, wurde der Milestone doch im Jahr 2000 zum ersten Mal verliehen. Peter Kühler als «Vater des Gedankens» wollte vor zehn Jahren «dem Tourismus zu einer besseren Lobby verhelfen und ihn in Wirtschaftskreisen besser etablieren». Dass dies gelang, bezeugten viele der Anwesenden. «Von Anfragen touristischer Partner regelrecht überschwemmt» wurde René Kamer, CEO der RailAway. «Von Vortrag zu Vortrag» reist Beat Anthamatten, der Gewinner des ersten Nachhaltigkeits-Milestone.

Die Bewerbungen für 2009 können ab sofort eingereicht werden unter www.htr-milestone.ch.
Seite 7 bis 12 und 24

Kommentar

Mit einem Label ist die Hygiene nicht mehr nur Kostenfaktor

GUDRUN SCHLENCZEK

Einmal mehr kommen die Kantone Bundesbern zuvor und lancieren Hygiene-Labels auf Verbands- bis Kantonsebene, während das Bundesamt für Gesundheit noch an einer Vernehmlassung zu Hygienemängeln im Gastgewerbe arbeitet. Der politische Vorgang erinnert an jenen beim Rauchverbot. Wie dort, könnte der Druck der Konsumenten für mehr Transparenz schliesslich dazu führen, dass ein öffentlich zugängliches Hygienezeugnis für einen Betrieb Standard wird. Und wie beim Schutz vor Passivrauchen,

«Der politische Vorgang erinnert an das Rauchverbot. Erst die Kantone, dann Bern.»

sind andere europäische Länder bereits Vorbild: Seit 2001 kennt Dänemark das «Smiley-System», das zwischen «gut» und «schlecht» unterscheidet. Einen «Smiley» vergibt neu auch die Lebensmittelaufsicht des Berliner Bezirks Pankow und veröffentlicht «Grüsel-Betriebe» samt Fotos auf einer Negativliste im Web. Freiwillig ist der Smiley-Pilot in Nordrhein-Westfalen, bereits 250 Betriebe machen mit. Grundlage ist das letztes Jahr novellierte deutsche Verbraucherinformationsgesetz.

Im Gegensatz zum Rauchverbot ist ein Hygiene-Label für die gastgewerblichen Betriebe jedoch klar eine Chance. Denn der Aufwand, der hinter korrekter Selbstkontrolle, Lebensmittelüberwachung&Co. liegt, kann so aktiv im Marketing verwendet werden und ist nicht mehr nur ein Kostenfaktor. Allerdings bleibt der Aufwand für Individualbetriebe deutlich höher als für Systembetriebe wie McDonald's.
Seite 4

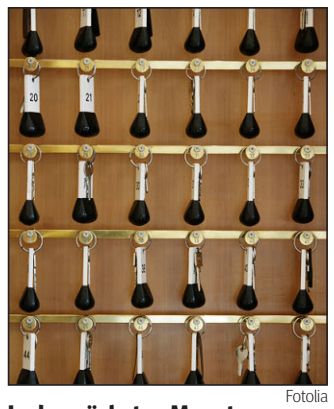
Studie Demoscope

Leser bewerten hotel revue sehr positiv

Gute Noten für die hotel revue: Bei einer qualitativen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Demoscope, äusserten sich sowohl Abonnenten als auch Nicht-Abonnenten durchwegs lobend. «Mir ist aufgefallen, wie positiv die Befragten die Zeitung bewertet haben. Das ist sehr selten», so Sabine Brunner, Research Consultant bei Demoscope. Egal ob Kader aus Hotellerie, Restauration, Tourismus oder Spitalhotellerie: Alle empfinden die hotel revue gleichermassen als «ihre» Branchenzeitung. Nach der qualitativen folgt nun noch eine umfassende quantitative Leserschaftsstudie. gsg
Seite 3

Tourismusprognose

Die Durststrecke wird bis zum Jahr 2011 dauern



Fotolia

In den nächsten Monaten dürften in den Hotels mehr Zimmerschlüssel hängen bleiben.

BAK Basel Economics prognostiziert in der gestern publizierten Tourismusprognose das Ende der Durststrecke für den Winter 2010/2011. Im gesamten Tourismusjahr 2011 sei erstmals wieder ein moderates Wachstum (rund 1,3 Prozent) zu erwarten. Am kräftigsten zulegen dürfte dannzumal der Städtetourismus, der in den Jahren 2009 und 2010 laut den Basler Konjunkturforschern die deutlichsten Rückgänge verzeichnen werde. Bezogen auf die kommenden 18 Monate zeichnet BAK Basel für die Schweizer Hotellerie ein eher düsteres Bild. Für die anstehende Sommersaison (Mai bis Oktober 2009) wird ein Rückgang der Hotellogiernächte um 7,2 Prozent erwartet, was dem heftigsten Rückgang seit 1982 entspreche. Auch für das Tourismusjahr 2010 geht die Studie von negativen Wachstumsraten (rund 2,6 Prozent) bei der Zahl der Hotelübernachtungen aus. Auch die reale Wertschöpfung im Gastgewerbe leidet unter der rezessiven weltwirtschaftlichen Entwicklung. Für das Schweizer Gastgewerbe wird im 2009 ein Rückgang der realen Wertschöpfung um 5,7 Prozent erwartet, im 2010 um 2,8 Prozent. dst
Seite 4

www.htr.ch
Adresse: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel: 031 370 42 16
Fax: 031 370 42 24
E-Mail: redaktion@htr.ch
Verlag: Tel: 031 370 42 22
Fax: 031 370 42 23
E-Mail: verlag@htr.ch
9 771662 334000 21

ANZEIGE

htr hotelrevue
Nr. 21 / 20. Mai 2009

Milestone. Gewinner. Sie alle haben zwischen 2000 und 2008 den «Oscar des Tourismus» entgegengenommen. Nun hat sich die Milestone-Gemeinschaft erstmals zum Networken getroffen.

Treffen der Ausgezeichneten

Alain D. Boillat

Alle Milestone-Gewinner waren in Bern zu einem Treffen eingeladen. 28 der 46 Ausgezeichneten waren gekommen und haben erzählt, was ihnen der Tourismuspreis – auch Jahre nach der Verleihung – noch bringt.

Die Gewinner 2000–2008: Herausragendes Projekt 1. Preis

2000	Nationale elektronische Informations-Buchungs-Plattform für touristische Leistungen	SDM	Markus Busch
2001	Valais Excellence – Total Quality Management	Valais Tourisme	Yvan Aymon
2002	Hotel Riders Palace	Weisse Arena Laax	Reto Gurtner
2003	Mystery Park	Mystery Park	Oswald Zurbriggen
2004	Chesa Pirani – Gourmet-Restaurant	D.+ I. Bumann-Jossen	D. + I. Bumann-Jossen
2005	RailAway – Ideen für die Freizeit	RailAway	René Kamer
2006	Hüttenerlebnis – SAC	Schweizer Alpen-Club	Bruno Lüthi
2007	Versehen, Vergehen	Verein Z'Tärbinu	Berno Stoffel
2008	Stiftung Veloland Schweiz	SchweizMobil	Peter Anrig

Die Gewinner 2000–2008: Herausragendes Projekt 2. Preis

2000	Gstaad Promenade	Gemeinde Gstaad	Leonz Blunschi
2001	Watch Valley	Arc Jurassien Tourisme	André Rothenbühler
2002	Lucerne Culture Partner	Luzern Tourismus	Lisa Schilling
2003	Arosa Card www.all-inclusive.ch	Arosa Tourismus	Hans-Kaspar Schwarzenbach
2004	Sechs Hotels – sechs Welten	Manotel SA	Paul E. Muller
2005	Samstag fahren Kinder gratis	Jungfraubahnen	Urs Kessler
2006	Doku Soap – Hotelfachschule SF DRS	Hotelfachschule Luzern	Kurt Imhof
2007	Enjoy Switzerland	Schweiz Tourismus	Urs Wohler
	Jugendherbergen mit Nachhaltigkeitsstrategie	Schweiz. Jugendherbergen	Fredy Gmür
2008	Marke Graubünden	Graubünden Ferien	Gieri Spescha

Die Gewinner 2006–2008: Herausragendes Projekt 3. Preis

2006	Footballcamp Brasilien	Weggis Vitznau Rigi Tourismus	Dominic Keller
2007	«Via Storia» Kulturwege verbinden die Schweiz	ViaStoria	Hanspeter Schneider
2008	Stanserhorn Rangers	Stanserhorn-Bahn-Gesellschaft	Jürg Balsiger

Kategorie Nachhaltigkeit (seit 2008)

2008	Wallo's Nachhaltigkeit VIRUS	Ferienart Resort & Spa, Saas-Fee	Beat Anthamatten

Die Gewinner 2002–2007: Kategorie Sonderpreis

2002	Kleine und feine Orte für grosse Ferien	Graubünden Ferien	Urs Wohler
2003	Chouett'Nid	Jean-Paul Vuilleumier	Jean-Paul Vuilleumier
2004	Après-Wandern für müde Füsse	Gasthof Weissbadbrücke Weissbad	S. Schmid, S. Marty U. Grimm
2005	Packziegen-Trekking	Packgeiss	Sandra Egli, Christian Golfetto
2006	Märchenhotel Bellevue Braunwald	Hotel Bellevue	Martin Vogel
2007	Handy-Safari	Arosa Tourismus	Hans-Kaspar Schwarzenbach

Die Gewinner 2000–2008: Kategorie Nachwuchspreis

2000	Fabrina Rey-Guntern	Visions Crans Montana 2000
2001	Ladina Bruggmann-Giovanoli	„Herbst" – Schweiz Tourismus
2002	Bernard Germanier	Euro-26 / Jugendkarte AG
2003	Ivo Adam	Weltbester Nationalpatissier
2004	Bruno Fläcklin	Direktor Sörenberg Flühli Tourismus
2005	Urs Raschle	Geschäftsführer Einsiedeln Tourismus
2006	Samuel Vörös	Geschäftsleiter Tavolago
2007	Wirtschaftsmittelschule Luzern, Lukas Steger	«Rollientierung»
2008	Stefanie Loosli	Reservationssystem Private Selection

Die Gewinner 2000–2008: Kategorie Lebenswerk

2000	Bruno Gerber	Tourismusdirektor Davos
2000	Hans C. Leu	Albergo Giardino Ascona
2001	Monica + Dominique Thommy-Kneschaurek	Kunsthotel Teufelhof Basel
2002	Emanuel + Rosmarie Berger	Hotel Victoria-Jungfrau Interlaken
2003	Hanspeter Danuser	Tourismusdirektor St. Moritz
2004	Werner Bernet	Direktor Schweizer Reisekasse
2005	Charles-André Ramseier	Directeur de l'OTV
2006	Leo Jeker	Direktor Savognin Bergbahnen AG
2007	Theo Schnider	UNESCO Biosphäre Entlebuch
2008	Felix + Maria Dietrich-Kienberger, Urs Kienberger	Hotel Waldhaus Sils-Maria

Milestone. 2. und 3. Preis. Dominic Keller, Urs Wohler, André Rothenbühler und Fredy Gmür mit René Dobler: Sie haben den zweiten oder dritten Preis gewonnen. Allen hat er geholfen, ihre Projekte voranzutreiben.

«Gäste wollen den Milestone kaufen»

Dominic Keller, Direktor von Weggis Vitznau Rigi Tourismus, hat im Jahr 2006 den 3. Preis entgegengenommen. Weitere Meilensteine hat er im Visier.

CHRISTINE KÜNZLER

Das Footballcamp Brasilien hat Tourismusdirektor Dominic Keller den Tourismuspreis eingebracht. Zur Erinnerung: Mit der Beherbergung der brasilianischen Fussball-Nationalmannschaft stand Weggis im Rampenlicht. Die Medienpräsenz war immens. «Für mich ist der Milestone eine Motivationsspritze. Er bringt mir Energie für neue Projekte und bestätigt, dass wir gute Arbeit leisten», hält der Tourismusdirektor fest. Der Milestone sei im Schweizer Tourismus, aber auch international eine angesehene Auszeichnung. Deshalb sei nicht nur er selber, sondern das ganze Team stolz auf diesen Preis. «Obwohl wir ihn vor fast drei Jahren erhalten haben, ist er für uns immer noch aktuell.»

Der Milestone wird im Internet, in Prospekten und Briefen kommuniziert und an Sitzungen und Veranstaltungen herumgereicht. Physisch thront er für alle Gäste sichtbar auf der Theke der Tourist Information in Weggis. «Wir werden regelmässig von Gästen gefragt, wie viel der Stein kostet, weil sie ihn als Souvenir mit nach Hause nehmen möchten. Dadurch entstehen Diskussionen, denn die Gäste wollen wissen, weshalb wir den Preis gewonnen haben.» Der Stein bringe immer wieder interessante Gespräche und Begegnungen, sagt Keller.

Motiviert er zu weiteren Projekten? «Ja, denn der Milestone erinnert mich daran, dass wir das Footballcamp realisiert haben, obwohl wir nicht immer sicher waren, dies auch zu schaffen.» Der «Stein» helfe ihm auch, wenn mal ein Tag nicht ganz rund laufe. «Ich schaue ihn an und weiss dann, was wir erreichen können, wenn alle Partner am gleichen Strick ziehen.»

«Wir können eine ganze Strasse mit diesen Meilensteinen pflastern. Deshalb ist es mir wichtig, mehr als nur einen Milestone anzustreben.» Er werde, sagt er, immer wieder Projekte bei der Milestone-Jury einreichen. «Doch es muss ein Projekt sein, hinter dem man stehen kann, eins das milestonewürdig ist.» Er rate allen seinen Kollegen, ihr Projekt einzureichen. «Erstens, weil es nicht gut ist, nur im stillen Kämmerlein zu arbeiten, und zweitens, weil eine solche Anerkennung wichtig ist.» Ganz im Sinne von «Tue Gutes und sprich darüber».

> **«Wir können eine ganze Strasse mit diesen Meilensteinen pflastern.»**
> **Dominic Keller**
> Direktor Weggis, Vitznau, Rigi

Bilder Alain D. Boillat

Der Milestone ist Dominic Kellers Motivationsspritze.

«Oldtimer» aus dem Uhrental

Die Schaffung einer neuen Tourismusdestination zwischen Genf und Basel unter Einbezug des Jurabogens, in deren Mittelpunkt die Uhrenindustrie steht: so lautete das anvisierte Ziel des Projekts «Watch Valley», als es im Jahr 2001 den Milestone für den zweiten Platz in der Kategorie «Aussergewöhnliche Projekte» gewann. Fast acht Jahre später, die Preisverleihung ist lange her, hat sich einiges getan. Der Milestone hat seinen festen Platz im Büro des Projektverantwortlichen André Rothenbühler, der sich selbst schmunzelnd als «Oldtimer» der Milestone-Gewinner bezeichnet. Der Preis habe dem Projekt «Watch Valley» gleich nach dem Gewinn auf jeden Fall geholfen, sagt Rothenbühler, die Bekanntheit sei gestiegen. «Vor allem aber brachte der Milestone Vorteile in der Zusammenarbeit mit den Kantonen und Gemeinden», so Rothenbühler. Wenn es um die finanzielle Unterstützung gehe, sei so eine Auszeichnung eben schon nützlich. Nicht gross beeindruckt habe der Stein aber die Uhrmacher, ein «geheimnisvolles Völkchen». Sie hätten ihre Türen nicht wirklich für die Allgemeinheit öffnen wollen. «Das Projekt ist auch nicht ganz so bekannt geworden, wie wir uns das erhofft haben», meint Rothenbühler weiter. So sei «Watch Valley» in einer Umfrage nur von 17 Prozent der Befragten wiedererkannt worden. Weil die Marke «Jura» dagegen einen sehr hohen Bekanntheitsgrad geniesst, zogen die Verantwortlichen nun die Konsequenzen: Letzte Woche wurde «Jura Région» ins Leben gerufen. rom

Der Milestone nützte André Rothenbühler – aber nicht alle liessen sich beeindrucken.

Mehr zu «Jura Région» auf S. 21

Kleines ganz gross

Als Urs Wohler 2002 mit «Klein und fein» den Milestone gewann, stand das Projekt gerade kurz vor Ende der Planungsphase. «Das war eine schöne Anschubhilfe, um mit der Umsetzung zu beginnen», erklärt Wohler. In Graubünden habe der Stein seine Wirkung nicht verfehlt: Die Einheimischen, auch Nicht-Involvierte, hätten das Projekt dank dem Milestone bereits zu einem frühen Zeitpunkt wahrgenommen. Er rät deshalb allen, ihre Projekte im Anfangsstadium einzugeben – das stärke die Präsenz. «An diesem Stein haftet Glaubwürdigkeit», so Wohler weiter. Eine grosse Stärke des markanten Steins sieht Wohler aber in der Wirkung «nach innen»: «Der Stein verpflichtet sozusagen, weiterzumachen, schliesslich will man der Auszeichnung ja gerecht werden», erklärt Wohler. Mit einem Milestone in der Tasche werde das Projekt ganz sicher auch umgesetzt. Ein klein wenig, gesteht er, entstehe auch Konkurrenzdenken: «Man denkt, wenn dieses Projekt gewinnt, sollten wir das doch auch schaffen.» Und am Ende sei der Aufwand gering: «Das Projekt besteht ja auch ohne den Milestone, die Anmeldung ist nur ein kleiner Teil vom Ganzen, der sich sehr positiv auswirken kann.» Habe man einmal gewonnen, ermuntere das, es nochmals zu versuchen. Wohler gewann 2007 mit «Enjoy Switzerland» und Schweiz Tourismus zum zweiten Mal einen Milestone. Er ist er der Einzige mit zwei Milestones. rom

«Daran haftet Glaubwürdigkeit»: Urs Wohler zum Milestone.

Grosser PR-Effekt

Fredy Gmür (l.) und René Dobler freuen sich über den Milestone.

Fredy Gmür, Geschäftsführer Schweizer Jugendherbergen, und René Dobler, Geschäftsleiter der Schweizerischen Stiftung für Sozialtourismus, sind im 2007 mit dem 2. Preis für die Nachhaltigkeitsstrategie der Schweizer Jugendherbergen ausgezeichnet worden. Der Milestone hat einen «prominenten Platz im Sitzungszimmer der Geschäftsstelle der Jugendherbergen in Zürich, wo ihn alle Mitarbeitenden sehen können», sagt Gmür. Auch auf der Homepage und im Nachhaltigkeitsbericht ist der Preis aufgeführt. «Ich bin sehr stolz auf den Milestone», so Gmür.

Der Preis habe seinem Unternehmen sehr viel gebracht. «Extern bescherte er uns einen riesengrossen PR-Effekt und stärkt unsere Glaubwürdigkeit gegenüber den Gästen, denn die wissen, dass es sich hier nicht um eine interne Auszeichnung handelt, sondern um eine branchenweite.» Auch intern habe sich die Auszeichnung positiv ausgewirkt: «Der Milestone ist ein Dankeschön für unsere Mitarbeitenden und eine Motivation, die Nachhaltigkeitsstrategie weiterzuverfolgen.» Ob der Milestone auch für Gmür persönlich Türen öffnen könnte, darüber habe er noch nicht nachgedacht, denn im Moment sei er mit seiner Aufgabe glücklich und zufrieden und könne sehr viel erreichen. «Ich denke, diese Auszeichnung gilt primär einer Strategie, die vom Vorstand strategisch vorgegeben, operativ umgesetzt wurde und von 450 Mitarbeitenden getragen wird.»

Wie kann der Milestone noch besser positioniert werden? «Ich denke, es wäre wichtig, ihn über die Branche hinaus bekannt zu machen. Wir arbeiten – gerade wegen der konsequenten Nachhaltigkeitsstrategie – auch mit Partnern aus der Industrie zusammen. Von denen kennen die wenigsten den Milestone.» Anders in der Tourismusbranche: «Hier werde ich sehr oft persönlich auf den Milestone angesprochen.»

Die Schweizer Jugendherbergen schliessen mit Partnern unterschiedlichster Branchen Verträge ab. «Wir versuchen jeweils gewisse Standards zu setzen. Diesbezüglich ist es für uns wichtig, kommunizieren zu können, dass wir für unsere Nachhaltigkeitsstrategie mit dem Milestone ausgezeichnet worden sind.» Der Preis helfe, den Lieferanten klar zu machen, dass die Nachhaltigkeitsstrategie der Jugendherbergen kein PR-Effekt ist, «sondern dass wir dahinter stehen». ck

Stimmen zum Thema

«Einerseits bestärkte der Milestone unsere Partner in ihrem Engagement für unser Projekt. Andererseits war die Auszeichnung auch ein persönlicher Gewinn für das gesamte Team, verbunden mit Stolz auf die erbrachte Leistung.»

Peter Anrig (Veloland Schweiz)

«Der Milestone hat eine Signalwirkung nach aussen und nach innen. Nach aussen steht er für unsere Innovativität, nach innen zeigt er uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.»

Jürg Balsiger (Stanserhorn Rangers)

«Der Milestone hat die Anerkennung des SAC in der Tourismusbranche bewirkt.»

Peter Mäder (Hüttenerlebnis SAC)

ANZEIGE

Valentine
Friteusen Tellerwärmer Teigwarenkocher
Was hält länger ?
www.bertschi-valentine.ch

htr hotelrevue
Nr. 21 / 20. Mai 2009

Milestone. Besondere Preise. Beat Anthamatten hat den ersten Nachhaltigkeitspreis bekommen. Bruno Fläcklin und Samuel Vörös wurden mit dem Nachwuchspreis, Martin Vogel mit dem Sonderpreis ausgezeichnet.

Stimmen zum Thema

«Die Auszeichnung hat mir geschäftliche Anerkennung gebracht und meine Karriere gefördert. Zudem war es für mich persönlich wie auch für das ganze ST-Team eine Bestätigung für die erbrachte Leistung.»

Ladina Bruggmann-Giovanoli (Nachwuchspreis)

«Der Gewinn des Milestone motiviert und verpflichtet, das Nachhaltigkeitskonzept des Gewinns langfristig umzusetzen.»

René Dobler (Nachhaltigkeitsstrategie Schweizer Jugendherbergen)

«Er ist ein Firestone»

«Wir sind Gewinner, jetzt müssen wir uns erst recht beweisen.» Beat Anthamatten vom Ferienart Resort nutzt den Milestone als «Feuerstein».

KARL JOSEF VERDING

Der Milestone hat mehrere Nachwirkungen für mich gehabt. Erstens eine grosse Genugtuung: Alle in der Branche sehen nun, dass es sich lohnt, wenn man sich für Nachhaltigkeit einsetzt», sagt Beat Anthamatten, der Leiter des Ferienart Resort & Spa in Saas-Fee. «Punkt zwei» seien die positiven Auswirkungen nach innen, im eigenen Unternehmen: «Meine eigenen Mitarbeiter Im Betrieb haben ihre Optik geändert und erkannt: Unser Horizont ist weiter als ein nur nach innen gerichtetes, betriebliches Denken.»

«Jetzt hab ich den Milestone gewonnen, jetzt bin ich heiss»

Der Milestone-Preis für Nachhaltigkeit hat ausserdem «mein privates und Geschäftsleben verändert», stellt Anthamatten fest, «in dem Sinne, dass ich bald alle drei Wochen irgendwo einen Vortrag halte – ich muss heute noch nach Martinach, bin in zwei Wochen in Altdorf, in vier Wochen zu einem Vortrag in Zürich, dann in Österreich. Es bedeutet für mich eine totale Veränderung. Einerseits habe ich gesagt: ich mach dieses Jahr so viele Vorträge, das gehört dazu. In meinem Innersten fühle ich einen Auftrag dazu, dies zum Thema zu machen – und jetzt habe ich den Milestone gewonnen, jetzt bin ich heiss. Und das hat seine Wirkung auch für unsere Gäste.»

> **«Jetzt heisst der Milestone bei uns ‹Firestone› und hat noch mehr drauf.»**
>
> **Beat Anthamatten**
> Hotelier Ferienart Resort Saas-Fee

«Gewissen Projekten hab ich mehr Druck geben können»

«Wir haben den Milestone umgetauft: Jetzt heisst er ‹Firestone› und hat noch mehr drauf», sagt Beat Anthamatten. Vielfach bestehe die Gefahr, «dass man meint, man ist gut, wenn man einen Preis bekommt, und dann ist es vorbei. Aber der Auftrag heisst ja: Wir sind Preisgewinner, jetzt muss sich das Team erst recht beweisen. Dadurch hab ich jetzt gewissen Projekten noch mehr Druck geben können, Dank dem Milestone hab ich das MyClimate durchgezogen, mit hundert Prozent.

Verbesserte Resonanz bei den Kapitalgebern

Beat Anthamatten empfindet den Milestone als eine wahre Zündkerze im treibenden Motor seines Resorts: «Ich plane weitere Projekte im Haus, die aufgrund des Milestone-Preises schneller gehen. Weil ich jetzt auch bei den Kapitalgebern eine verbesserte Resonanz spüre.» Auch das grosse Branchen-Networking an der Milestone-Preisverleihung selber spielt gemäss Anthamatten «eindeutig eine Rolle». Und: «Es ist interessant: Jetzt fragte mich eine Dame von einem Institut für Wasser an. Sie hat im Internet Nachhaltigkeit gecheckt, und dann erschien am Bildschirm der Milestone-Nachhaltigkeitspreis, und so kam sie zu mir.»

Der Milestone bringt Feuer in sein Resort und in dessen Team: Beat Anthamatten aus Saas Fee.

«Bald absolviere ich das EMBA»

Seinen mit dem Milestone 2006 für die beste Nachwuchskraft gewonnenen Ausbildungsgutschein hat Samuel Vörös noch nicht einlösen können, er befasst sich aber nun ernsthaft damit. «Ich werde ein EMBA (Executive Master of Business Administration) absolvieren», erklärt Vörös, der nach wie vor Geschäftsführer von Tavolago ist. Zurzeit evaluiere er drei Universitäten. «Am liebsten würde ich es in St. Gallen tun, aber die setzen ein Jahreseinkommen von mindestens 200 000 Franken voraus; so weit bin ich noch nicht.»

Der Gewinn des Milestone war für Mitarbeiter und Kunden eine Bestätigung, «dass wir auf dem richtigen Weg waren», so Vörös. Der Preis habe auch die Funktion eines Vertrauensstifters. Persönlich habe er vom Milestone direkt nicht profitieren können. «Es ist aber immer schön, wenn man für seine Leistung gelobt wird.»

«Es würde mich freuen, wenn vermehrt auch gastronomische Projekte zu den Milestone-Gewinnern gehören würden», so Vörös. Denn die Gastronomie habe immer einen bedeutenden Einfluss auf den Gesamttourismus. «Deshalb empfehle ich jungen Gastronomen, die etwas erreicht haben, sich für den Nachwuchspreis zu bewerben», sagt der Gewinner von 2006. dst

Bilder Alain D. Boillat

Samuel Vörös.

Liaison gestiftet

Was war für Martin Vogel, Hotelier und Rezitator des Märlihotels Bellevue in Braunwald, das schönste Resultat des Milestone-Sonderpreises? «Erst einmal offenere Kommunikation: auf die Leute zugehen können.» Und dann kommt Martin Vogel auf die glückliche Liaison zu sprechen, die am Milestone-Event gestiftet wurde: «Als wir im 2006 den Milestone gewannen, bin ich nach der Verleihung von einem Tisch zum anderen herumgeboten worden. Und eine Mitarbeiterin der hotel revue, die mich kannte, sagte: Darf ich Dir meine Freundin vorstellen? Sie hat die Rede von Frau Bundesrätin Leuthard geschrieben. Ich sagte zu dem jungen hübschen Mädchen: Das war aber ein toller Job, da haben Sie wirklich eine gute Rede geschrieben. Sie sagte: Nein, Frau Bundesrätin hat das selber geschrieben, ich durfte nur noch den Schlusssatz reintun.» Diese junge Dame, die damals in der Tourismus-Abteilung des Seco bei Peter Keller arbeitete, ist heute die Assistentin von Jürg Schmid – und die Ehefrau meines Sohnes.» kjv

Martin und Lydia Vogel.

Treiber für Karriere

Bruno Fläcklin, 2004 beim Gewinn des Milestone für die beste Nachwuchskraft Tourismusdirektor von Sörenberg Flühli, ist heute Leiter Marketing/Verkauf bei Reka Ferien. Mit dem gewonnenen Gutschein absolvierte Fläcklin die Ausbildung zum dipl. Tourismusexperten. «Ich war damals neu in der Branche. Der Preis hat mir Kontakte ermöglicht, man hat mich plötzlich gekannt und auch auf mich gehört», bilanziert Fläcklin. Insbesondere im Entlebuch sei man auf ihn aufmerksam geworden.

«Der Gewinn des Milestone motiviert einen, weiterzumachen», sagt Bruno Fläcklin. Vor allem zu Beginn sei auch Druck vorhanden gewesen: «Man hat den Preis erhalten, jetzt muss man etwas zeigen.» Die Ansprüche von aussen, aber auch an sich selbst nähmen zu. «Es war ein Treiber für meine Karriere» sagt Fläcklin weiter. Es gebe viele junge Leute, die einen derartigen Preis verdient hätten. «Es braucht Touristiker, die ein genügend grosses Selbstvertrauen haben, um sich dafür zu bewerben.» dst

Bruno Fläcklin.

ANZEIGE

HESSER

Unternehmensberatung für Hotellerie & Restauration seit 35 Jahren

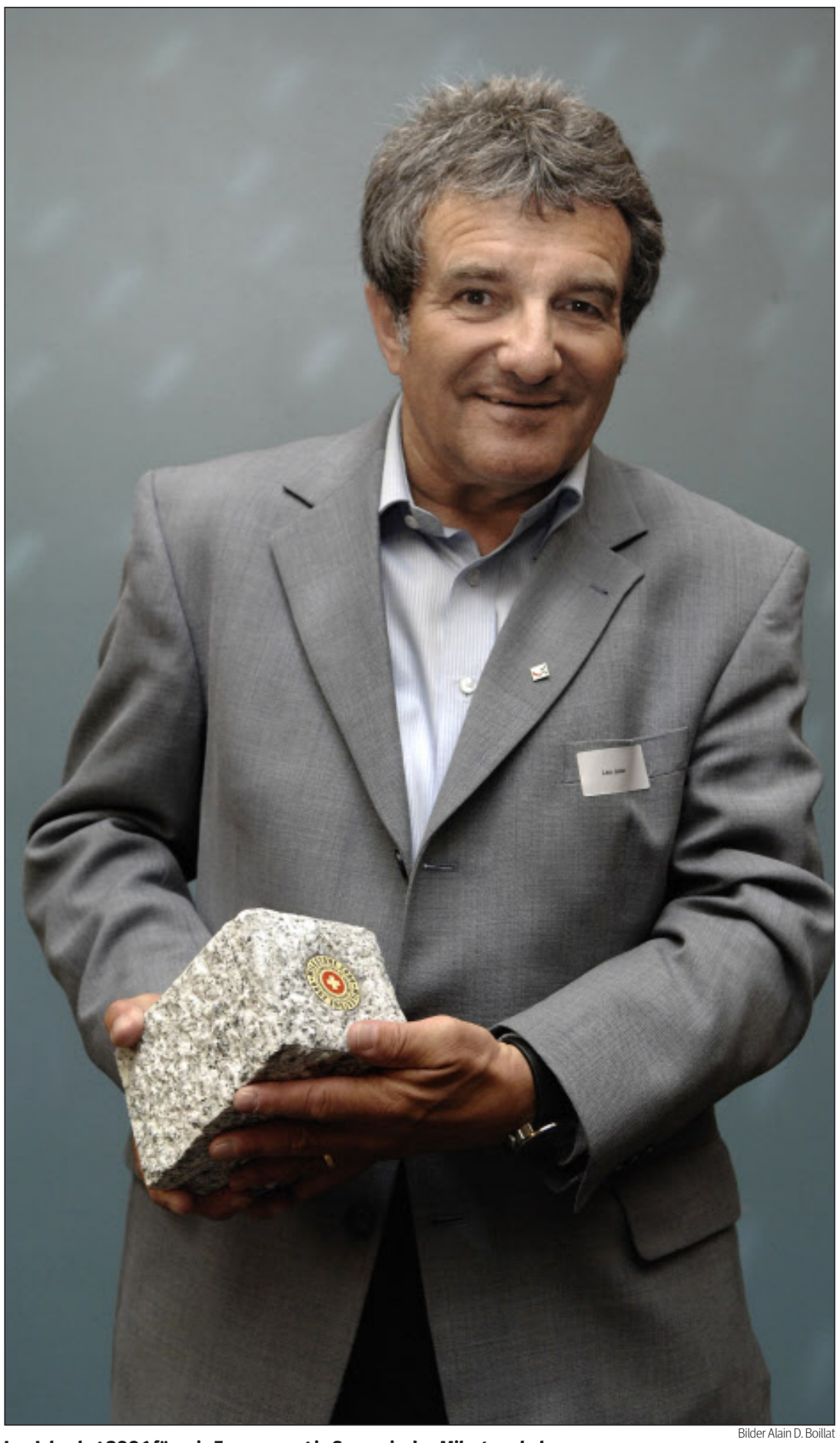
Cash - flau ?

Wir sind die Spezialisten für die Optimierung der Wirtschaftlichkeit von Hotels und Restaurants. Wir verfügen über Erfahrungszahlen und Massnahmenkonzepte von über 100 Betrieben, welche wir mit Erfolg bearbeitet haben.
Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Poststrasse 2, Postfach 413, CH-8808 Pfäffikon SZ
055 410 15 57 – 079 422 37 24 – Fax 055 410 41 06
hesser@bluewin.ch

Milestone. Lebenswerk. Sie haben für den Tourismus viel bewegt: Leo Jeker, Werner Bernet, Emanuel und Rosmarie Berger. Dafür sind sie mit dem Milestone für das Lebenswerk ausgezeichnet worden.

«Kaibe khoge Freud»



Bilder Alain D. Boillat

Leo Jeker hat 2006 für sein Engagement in Savognin den Milestone bekommen.

Leo Jeker ist ein leidenschaftlicher Touristiker. Und ein überzeugter Bergler und nimmermüder Initiant von Projekten ist er auch.

SIMONE LEITNER

Leo Jeker, haben Sie sich alt gefühlt, als Sie den Milestone für das Lebenswerk bekommen haben?
Oh, das habe ich mir gar nie überlegt. Nein, alt habe ich mich bestimmt nicht gefühlt. Ganz im Gegenteil, topmotiviert. Ich hatte einfach eine «keibe khoge Freud».

Hat Sie der Preis auch beruflich weitergebracht?
In erster Linie hat mir der Preis bestätigt, dass meine Bemühungen auch von der Branche gewürdigt werden. Ich bin immer und überall für die Bergregionen eingestanden, habe mich hartnäckig gezeigt und mich stets bemüht, nicht stehen zu bleiben. Ich wollte immer den Tourismus in Graubünden und die Region Surses weiterbringen. Umso mehr freut es mich, wenn dieses Engagement zur Kenntnis genommen wird.

Hat Ihnen die Milestone-Auszeichung denn auch ausserhalb der Branche Beachtung gebracht?
Das war ja das Erstaunliche und vor allem Erfreuliche. Die Reaktionen kamen von allen Seiten, von den Wirtschaftsverbänden und auch aus der Politik – überall wurde der Preis wahrgenommen. Ich bekam nach der Verleihung viele Anfragen für Referate aus dem In- und Ausland. Das hat mich natürlich besonders gefreut, denn ich vertrete meine Anliegen gerne und überall.

Sie glauben an den Erfolg eines branchenübergreifenden Netzwerkes von Tourismus, Wirtschaft und Politik.
Oh ja, das war schon immer mein Anliegen. Als Politiker kämpfe ich für tourismusgerechte Rahmenbedingungen und nachhaltiges Wachstum von Tourismus und Wirtschaft.

Sind Sie als «Schneemacher» der allerersten Stunde und nimmermüder Visionär auch Vorbild für junge Touristiker?
Natürlich, und genau das ist ein weiterer grosses Pluspunkt des Milestone. Die jungen Branchenleute sollen sagen «Ich will auch mal den Tourismuspreis bekommen». Das ist eine tolle Motivation für alle Touristiker und Hoteliers. Daher bin ich noch heute stolz auf den Preis.

«Die Reaktionen kamen von überall, von der Wirtschaft und aus der Politik.»
Leo Jeker
Verwaltungsrat Savognin Bergbahnen

Werden Sie noch darauf angesprochen?
Ich wurde 2006 mit dem Preis ausgezeichnet, und er ist bis heute ein Thema. Wie gesagt, das ist für den Nachwuchs und das Netzwerk sehr wichtig. Ich bin überzeugt, dass solche Preise die Akzeptanz und die Sensibilität für unsere Branche fördern. Und das ist doch etwas sehr Wichtiges. Nur so können wir für unsere Belange einstehen.

Die besondere Auszeichnung

Ein aussergewöhnliches Produkt, eine hervorragende Servicekultur und ein weltweit renommiertes Haus», das waren die Worte, mit denen Rosmarie und Emanuel Berger im Jahr 2002 den Milestone in der Kategorie «Lebenswerk» überreicht bekamen. Heute sind die beiden nicht mehr operativ als Direktionsehepaar im Victoria-Jungfrau Grand Hotel in Interlaken tätig – auf den Preis sind sie nach wie vor stolz. «Das Tolle am Schweizer Tourismuspreis ist, dass er von der Branche verliehen wird. Das ehrt uns immer noch, auch nach sieben Jahren», sagt Emanuel Berger – in Hotelier, der viele nationale und internationale Preise erhalten hat. Im gleichen Jahr beispielsweise wurde er von der «Bilanz» zum «Hotelier des Jahres» gekürt, mit dem Senses Wellness Award ausgezeichnet und von der American Academy of Sciences in den USA geehrt. Doch der Milestone war anders: «Stimmt, ich habe einige Auszeichnungen als Hotelier erhalten, aber im eigenen Land und vor allem von den eigenen Leuten geehrt zu werden, das war was ganz Spezielles.»

Auch Rosmarie Berger hält fest, dass der Milestone einen sehr hohen Stellenwert hat. Und was beide immer wieder sehr betonen: «Dieser Preis ging natürlich nicht nur an uns beide, sondern an das ganze Hotelteam. Schliesslich hat jeder einzelne Mitarbeitende seinen Teil dazu beigetragen.» Als CEO der Victoria-Jungfrau Collection prägt Emanuel Berger nun die ganze Gruppe. sls

Rosmarie und Emanuel Berger waren auch auf ihr Team stolz.

Positives bewegt

Ich persönlich erachte den Milestone als einen Unternehmerpreis und eine Bestätigung für mein Schaffen.» Werner Bernet ist seit 1984 bei der Reka tätig, seit 1998 als Direktor. Er erhielt 2004 den Milestone in der Kategorie «Lebenswerk» und ist noch heute von den Reaktionen überwältigt: «Ich werde immer noch auf den Milestone angesprochen, das finde ich schön, denn es ist mittlerweile fünf Jahre her.» Werner Bernet wurde für den Auf- und Ausbau der Reka zu einem der grössten Ferienwohnungsanbieter der Schweiz und für die Entwicklung des Reka-Check-Umsatzes auf über eine halbe Milliarde Franken ausgezeichnet.

Die Reka habe in den letzten fünf Jahren seit der Auszeichnung sehr viel mehr Medienpräsenz genossen als noch vor der Preisverleihung. Dennoch betont Bernet, dass er diesen Preis nicht als persönliche Auszeichnung verstehe, sondern als eine Anerkennung für das ganze Unternehmen. Und da Werner Bernet ohnehin den Ruf hat, als gewiefter PR-Mann für die Firma zu wirken, kam ihm der Preis sehr gelegen, und er wusste auch, damit wirksam umzugehen. «Mit der professionellen Vermarktung des Milestones habe ich viel Positives bewegen können. Ich habe schon immer für eine gute PR im Tourismus plädiert.» Seit 65 Jahren zählt der Reka-Check zu den beliebten Lohnnebenleistungen in der Schweiz. Aus «normalen» Schweizer Franken macht die Reka zweckgebundenes touristisches Geld. sls

Werner Bernet sieht den Milestone als Unternehmerpeis, der auch ausserhalb der Branche von Bedeutung ist.

Stimmen zum Thema

«Der Milestone hat uns bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Der Preis wird in der Branche hoch geschätzt und ist mit Prestige verbunden – das wirkt sich auch auf die Anerkennung und Unterstützung der Förderer unseres Projekts aus.»

Gieri Spescha (Marke Graubünden)

«Merci au Milestone d'avoir donné un élan au projet qui lui a fait gagner en crédibilité et en terme d'image.»

Sandrine Foschia (Valais Excellence)

«Imagemässig war der Milestone sehr gut für Luzern Tourismus. Mir persönlich hat er zusätzliche Anerkennung meiner Arbeit innerhalb des Betriebs gebracht.»

Lisa Schilling (Lucerne Culture partner)

Umfrage: es, bg, na

Stimmen zum Thema

«Der Gewinn motiviert uns, den Nachwuchs weiterhin zu fördern und zu unterstützen.»

Esther Dysli, Private Selection Hotels (Nachwuchspreis Stefanie Loosli)

«Die Auszeichnung spornt mich an, an Projekte zu glauben und sie dann umzusetzen.»

Bernard Germanier (Nachwuchspreis)

Milestone. Lebenswerk. Seine Visionen haben Theo Schnider den Milestone eingebracht. Die Gastgeber im «Waldhaus» sind für ihre Hingabe und ihr Engagement geehrt worden.

Ratgeber und Vorbild

Theo Schnider ist ein gefragter Ratgeber. Der Milestone hat sein Know-how noch populärer gemacht.

SIMONE LEITNER

Nein, also berühmt geworden bin ich in meinen Augen nicht.» Das wäre wohl nie die Art von Theo Schnider, sich als berühmt zu bezeichnen. Aber dennoch: «Der Milestone, mit dem ich 2007 ausgezeichnet wurde, hat mich national populärer gemacht, das ist auf jeden Fall so.»

Der initiative und kreative Direktor der Unesco Biosphäre Entlebuch überzeugte die Jury mit seinem grossen Engagement. Mit Biss und Originalität vermittle der Netzwerker und Regisseur Visionen und verschaffe damit seiner Region ein wertvolles, unverwechselbares Profil, hiess es bei der Preisverleihung.

Seit dieser Auszeichnung wird Theo Schnider noch häufiger als Ratgeber konsultiert. Die Vorbildfunktion macht ihm Spass. «Der Milestone ist bekanntlich die grösste Auszeichnung im Schweizer Tourismus. Es ist daher selbstverständlich, dass man als Repräsentant und Aushängeschild ein Stück dieses Steines als Ratgeber und Vorbild wieder zurück in den Garten der Branche wirft.»

Erst kürzlich sei Schnider an einer Tourismustagung in Salzburg als Gastreferent im Zusammenhang mit dem Milestone als «Business-Angel der Tourismusbranche» vorgestellt worden. «Visionen zu haben heisst, Unsichtbares zu sehen. Dies ist eine Grundvoraussetzung für den erfolgreichen Unternehmer. Nur so ist es möglich, neue Konzepte zu entwickeln und Lösungen zu finden», sagt Theo Schnider.

Theo Schnider ist stolz auf den Stein.

Bilder Alain D. Boillat

Maria und Felix Dietrich haben ein Jubiläumsjahr hinter sich.

2008 Das «Waldhaus» stand ein ganzes Jahr lang im Mittelpunkt

Dieser Preis hat uns tief geehrt», sagt Maria Dietrich vom Hotel Waldhaus Sils-Maria. Der Milestone sei für die Hoteldirektorin aber nicht eine Auszeichnung für sich selber, ihren Gatten Felix Dietrich oder ihren Bruder Urs Kienberger. «Vielmehr zeichnet er alle verschiedenen Generationen aus, die das Hotel dort hin brachten wo es heute ist.» Und das sei das Geheimnis des Erfolges, fügt sie an und betont, dass alle Vorfahren mit einem enormen Elan das Hotel geführt hätten. Letztes Jahr feierte das «Waldhaus» seinen 100. Geburtstag, ein aussergewöhnliches Theaterstück und den Milestone.

Das «Waldhaus» hat schon mehrere Preise erhalten, aber der Szeneapplaus ist auch für Maria Dietrich etwas ganz Besonderes. «Ein Preis, auf den wir alle sehr stolz sind.» Und mit «alle» meint Maria Dietrich auch die Mitarbeitenden. «Der Milestone hat unser Team noch mehr motiviert.» Obwohl der Preis für das «Lebenswerk» verliehen wurde, sieht ihn Maria Dietrich als «Zwischenpreis» auf einem Weg. sls

ANZEIGE

MARKTNOTIZEN

Die etwas andere Würze ist neu und heisst «Gustomare»

Maggi Gustomare ist ein sehr hochwertiges Produkt und enthält Kräuter und Meersalz. Es ist frei von zusätzlichen Konservierungsmitteln und Geschmacksverstärkern wie Glutamat. Nestlé Professional will mit der neuen Streuwürze dem heutigen Gesundheitsbewusstsein gerecht werden.

Die Streuwürze hebt den Eigengeschmack der Speisen hervor und eignet sich sowohl für die kalte als auch für die warme Küche. Maggi Gustomare ist vielseitig verwendbar und ideal zum Würzen von Salaten, Gemüse, Reis- und Kartoffelgerichten, Teigwaren, Eierspeisen und Fisch.

Maggi Gustomare wird in der 700g-Profibox und dem 3,5kg-Flex-Pack angeboten.

Am Forum der Köche in Interlaken trifft sich die Branche

Am 9. Juni 2009 treffen sich Gastroprofis in Interlaken am Forum der Köche. Der Schweizer Kochverband und Pistor bieten Köchen, Küchenchefs und neu auch Mitarbeitenden der Restauration ein attraktives Programm. Vertreter aus der Gastroszene, Wirtschaft und Sport begleiten das Forum und zeigen ihre Sicht in Referaten und Roundtable-Diskussionen auf.

Neuheiten, Trends, Entwicklungen in technischen Bereichen, neue Produkte, Informationen über berufliche Grund- und Weiterbildung bietet das Forum der Köche. Nationale und internationale Besucher aus allen Bereichen der Gastronomie werden erwartet.

Referenten, Restaurationsfachleute, Köche, Küchenchefs und Lernende begegnen sich auf dem Marktplatz. Das Netzwerk wird aktualisiert. Lieferanten zeigen ihre Neuheiten und ihr Unternehmen. Der Marktplatz im Kleid der vier Jahreszeiten ist Treffpunkt, Verpflegungsplatz und Erholungsort von den anspruchsvollen Präsentationen in den angrenzenden Sälen. Neu bieten dieses Jahr die Mitglieder der Restauration einen erweiterten Interessenaustausch am Forum an.

www.kochverband.ch

Günstig zu den attraktivsten Ausflugszielen der Zentralschweiz

Ein «Kafi Crème» der sich doppelt lohnt: In einer gemeinsamen Aktion bringen Emmi und Luzern Tourismus 10 Millionen Kaffeerahm-Portionen in der Schweizer Gastronomie in Umlauf. Der Clou: Mit den Kaffeerahm-Deckeln profitieren die Konsumenten von Preisvergünstigungen von 20 bis 50 Prozent für attraktive Ausflugsangebote in der Region Luzern-Vierwaldstättersee. Einfach das «Deckeli» abziehen und direkt an der Kasse vorweisen. Emmi plant, die Aktion mit weiteren Tourismus-Regionen auszubauen.

Bianca Sissing, Miss Schweiz 2003/04, geniesst ihren Kaffee mit Emmi Kaffeerahm.

Details: www.luzern.com/emmi
Infos: Reto Buchli, Emmi Food Service
Tel. + 41 (0)41 227 26 16
reto.buchli@emmi.ch

Das Hotel Eden in Spiez bietet zum perfekten Diner-Erlebnis die passende Musik.

Die richtige Musik begleitet die Gäste durch den Tag

Eine ganze Reihe Schweizer Hotels und Gastrobetriebe, darunter das Palace Luzern, das Hotel Eden Spiez, das Grand Resort Bad Ragaz oder das Restaurant Rüsterei in Zürich sind Nutzer der Beschallungslösung hotelradio.fm. Sie bieten damit ihren Gästen ein einzigartiges Musikerlebnis. Unterschiedliche Zonen lassen sich mit den passenden Musikstilen beschallen: Jazz in der Lounge, Pop an der Bar oder Naturklänge im Spa – erfahrene Musikredakteure von hotelradio.fm sorgen für stets aktuelle Inhalte. Derzeit umfasst das Angebot über 35 Radiokanäle und deckt damit eine Vielzahl von Musikstilen ab.

hotelradio.fm funktioniert denkbar einfach: Der Empfänger erhält einen Datenstrom über Internet, wandelt ihn um in Musik und speist das Signal in die HiFi-Anlage oder die Lautsprecher ein. Unterschiedliche Kanäle können auf einfachste Weise in verschiedenen Zonen gesendet werden.

«Unsere Kunden müssen sich nicht mehr um die Aktualisierung der Musik kümmern. Sie können sich voll und ganz auf ihre Gäste konzentrieren», sagt Michael Nägele, Partner und Director Marketing von Digital Media Distribution AG (DMD2). Das ist die Berner Firma die hotelradio.fm produziert. Dank den guten Erfahrungen seiner Mitglieder mit der Dienstleistung, ist hotelradio.fm seit kurzem «Swiss Deluxe Hotels Preferred Supplier».

Digital Media Distribution AG
hotelradio.fm
Tel. +41 (0)31 961 61 12
www.dmd2.net
www.hotelradio.fm

Und der Gewinner ist … Mitmachen lohnt sich

Wer trägt 2010 die begehrte Trophäe heim? Am 1. März 2010 messen sich die Finalisten des Kochwettbewerbs «Der Goldene Koch von KADI», der Nationalen Kochkunst Meisterschaft, der Schweizer Selektion Bocuse d'Or Europe 2010 und der Bocuse d'Or 2011 in ihren Kochkünsten. Aber es kann nur einen Gewinner geben! Und diesem winkt, nebst dem nationalen Titel, die Ehre, die Schweiz im Juni 2010 an der europäischen Vorausscheidung Bocuse d'Or Europe und am renommierten Bocuse d'Or in Lyon im Januar 2011 zu vertreten. Die Ausschreibungsunterlagen können jetzt angefordert oder im Internet heruntergeladen werden.

Detailinformationen zum Wettbewerb:

- Am Kochwettbewerb können alle hauptberuflichen Köche (Frauen und Männer) aus der Restaurant-, Hotel-, Care- und Gemeinschaftsgastronomie teilnehmen.
- Die Kandidaten müssen über mindestens fünf Jahre Berufserfahrung verfügen und die Schweizer Staatsbürgerschaft besitzen.
- Die Aufgabe: Innert fünf Stunden je ein Fisch- und Fleischgericht für 12 Personen zubereiten.
- Die Finalisten werden am 29. September im Hôtel de Ville anlässlich einer Medien und Partner/Sponsorenveranstaltung vorgestellt.
- Das Kochfinale findet am 1. März 2010 im Grand Casino Kursaal Bern statt.
- Die Ausschreibungsunterlagen können telefonisch angefordert oder im Internet herunter geladen werden.
- Bewerbungen sind bis spätestens 10. September 2009 einzureichen.

Unterlagen: www.goldenerkoch.ch
Einreichen:
Der Goldene Koch von KADI
Nationale Kochkunst Meisterschaft
Schweizer Selektion Bocuse d'Or
KADI AG ,Thunstettenstrasse 27
4901 Langenthal