

PROFIL

DIE STELLEN- UND IMMOBILIENBÖRSE



Kaffeekultur

Kaffee-Schwerpunkt mit einem Baristi-Meistermacher und einer Cafébar-Kette, die mit dem Einstieg in die Hotelbranche liebäugelt.

Seite 16 – 18 und 10

Stadtleben

Gespräch mit Oliver Altherr, CEO der Mövenpick-Tochter Marché International, über sein Flair für City-Standorte.

Seite 3

Businessreisen

Eine internationale Studie zum Reiseverhalten zeigt: Die Geschäftsreisenden selbst sind optimistischer als die Travel Manager.

Seite 6 und 8

Luxushotel

Philippe Attia, Direktor des 5-Sterne-Hauses Royalp in Villars, setzt auf das MICE-Geschäft.

Seite 12

Lenzerheide als Positionierungsvorbild



Mountainbiken wird immer beliebter. Dies macht sich Lenzerheide zunutze und baut die notwendige Infrastruktur aus. David Schultheiss

Trumpfkarte Sport

Wie man sich mit grossen Sportevents profilieren und positionieren kann, beweist Lenzerheide eindrücklich.

Damit eine Feriendestination in der aktuell touristisch schwierigen Zeit punkten kann, muss sie sich durch Schaffung eines USP klar von der Konkurrenz abheben. Dass dies mit dem Thema Sport erfolgreich umgesetzt werden kann, zeigt Lenzerheide beispielhaft. Im Vordergrund stehen der alpine Schneesport im Winter und das Biken im Sommer. Als «Heilige Bibel» bezeichnet Bruno Fläcklin, Geschäftsführer der Lenzerheide Marketing und Support AG, diese klare Destinations- und Eventstrategie. Um die Ziele zu erreichen, investiert Lenzerheide ganze 70 Prozent der

Marketingmittel in die Bereiche alpiner Schneesport und Biken. Internationale sportliche Top-Events in den prioritären Geschäftsfeldern, die durch TV-Stationen übertragen werden, helfen, den Namen Lenzerheide weltweit bekannt zu machen. Neben Ski- und Mountainbike-Weltcup sowie der Tour de Ski will Lenzerheide künftig auch im Biathlon-Weltcup-Zirkus mitmischen. Anfang April wurde in diesem Zusammenhang der Bau des «Nordic House» in Angriff genommen. Auch die Hotellerie steht hinter dem eingeschlagenen Weg. Andreas Züllig, Inhaber

des Hotels Schweizerhof in Lenzerheide und hotellerieuisse-Präsident, ist überzeugt, dass von einer konsequenten Positionierung mit derartigen Events die gesamte Region profitieren kann. Urs Wagenseil, Leiter des Competence Center für Tourismus an der Hochschule Luzern, warnt vor Nachahmern, da der Markt schnell gesättigt sei. Allerdings sieht er für eine derartige Entwicklung zurzeit keine Gefahr. Die entsprechenden Infrastrukturen seien teuer, und zur Realisierung sei ein langer Atem notwendig. gl/dst

Seite 4

Davos Klosters

Langer Weg zur klareren Markenstrategie

Die Erarbeitung und Umsetzung eines geschärften Profils ist für eine Destination kein Spaziergang. Diese Erfahrung macht derzeit Davos Klosters. Setzen will die Destination künftig auf Sport und Gesundheit. Ein aus Leistungsträgern gebildetes Kernteam soll nun Massnahmen erarbeiten. god/dst

Seite 7

Hoteltrends

Neue Hotelgeneration der Ketten

Immer mehr Traditionsketten der internationalen Hotellerie verpassen sich eine Verjüngungskur mit neuen Konzepten, die weit mehr als eine Antwort auf die Budget-Design-Konkurrenz sind. Ob Moxy von Marriott, Mama Shelter mit Kapitalgeber Accor oder das im Sommer startende Me and All von Lindner: Gemeinsam ist den neuen jungen Trendmarken gestandener Hotelketten, dass sie mehr bie-

ten wollen als ein Hotel, vielmehr eine Begegnungsstätte mit viel Wohlfühlatmosphäre und lokalem Touch. Rupert Simoner, Ex-Vizepräsident für Kempinski in Europa und heute CEO Vienna House, sieht in den unkonventionellen Konzepten die Zukunft der Hotellerie. Einer Expansion entgegen kommen der neue Fokus auf B- und C-Lagen sowie tiefere Personalkosten. gsg

Seite 13 bis 15



Rupert Simoner. zvg

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser



GERY NIEVERGELT

Nervosität beim «Hotelier»

In der aktuellen Ausgabe des Magazins «Hotelier», das vom B+L Verlag herausgegeben wird, wärmt Hans Amrein die Gedankenspiele einer Fusion zwischen hotellerieuisse und Gastrosuisse auf und schreibt in diesem Zusammenhang, die htr hotelrevue «kämpfe ums Überleben». Diese Aussage ist nicht nur rufschädigend. Sie ist vor allem schlicht und einfach falsch. Offensichtlich herrscht beim «Hotelier» Nervosität – und das ist nachvollziehbar. Mit der Schweizer Ausgabe des Magazins «Top hotel», das wir in Zusammenarbeit mit dem deutschen Freizeit-Verlag herausgeben, sind wir publizistisch wie kommerziell gut gestartet. Der unverkrampte Auftritt entspricht dem Zeitgeist und kommt gerade auch bei der jüngeren Hoteliersgeneration an. Zudem haben wir es in der kürzester Zeit geschafft, mit htr.ch zur führenden Newsplattform für die Tourismusbranche zu avancieren. Nirgendwo sonst werden täglich alle relevanten News redaktionell aufbereitet und ausgeschaltet. Gerade in einer Branche, in der so vieles in Bewegung ist, ist die schnelle und umfassende Information wichtiger denn je.

Jürg Schmid aus den USA.

145 US\$ für eine Tageskarte im April in den Rocky Mountains: Wie gelingt es den amerikanischen Bergbahnen, so hohe Preise durchzusetzen? Sie erfahren es im Gastkommentar von Schweiz Tourismus-Direktor Jürg Schmid auf Seite 2.

Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

htr.ch

Inhalt

meinung	2–3
thema	4–7
cahier français	8–12
hotel gastro welten	13–20
ratgeber & service, brands	21–22
impressum	22
people	23–24

ANZEIGE

«Wie färbe ich die rote Null schwarz?»

Wir zeigen Wege.

BOMMER + PARTNER
 Treuhandspezialisten für Hotellerie,
 Gastronomie und Tourismus.

bommer-partner.ch

Wir machen Hotels erfolgreicher.

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

hotellerieuisse
 Swiss Hotel Association
 National Partner

protel

Bäckstern
 NEU: Bäckernorm
 Bogen um Bogen

Ihr Grossist hat's

Gourmet

www.illycafe.ch

Aromen unter Druck

Die Wassertemperatur ist fürs Kaffeearoma wichtiger als der Druck und die zweite Hälfte des Extraktionsprozesses besonders entscheidend: Das zeigt eine neue ZHAW-Studie.

GUIDRUN SCHLENZCEK

Kaffeebrühen ist eine Wissenschaft für sich. Und zwar längst nicht mehr nur im landläufigen Sinne, dass ein perfekter Espresso viel Methodenkenntnis voraussetzt. Die relevanten Parameter sind jetzt auch in den Fokus der akademischen Wissenschaften gerückt. Hat der Vorgang in einer Espressomaschine doch viel mit Chemie und Physik zu tun – kein Wunder also, dass sich an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Wädenswil gerade ein Chemiker der Kaffeeforschung verschrieben hat: Für Chahan Yeretizian ist es nicht die erste wissenschaftliche Kaffeeforschung, aber es ist wohl die, die für sich die höchste Praxisrelevanz beanspruchen kann. Gegenstand seiner jüngsten Untersuchung sind nämlich genau jene Einstellungskriterien bei einer Kaffeemaschine, über welche sich Baristi nur zu oft den Kopf zerbrechen: Druck und Wassertemperatur. «Das sind die zwei treibenden Faktoren bei der Extraktion hinsichtlich dem Freisetzen von Aromen», so Chahan Yeretizian.

Geforscht wird mit Nespresso-Kaffee

Chahan Yeretizian variierte zusammen mit einer Gruppe international tätiger Forscher diese beiden Faktoren, um zu sehen, welchen Einfluss das auf die Aromavielfalt im Kaffee tatsächlich hat. Konstant gehalten wurden die Auslaufzeit für den Espresso (25 Sekunden), die Kaffeemischung und das Wasser. Zum Einsatz kam ein möglichst standardisiertes Kaffeeprodukt, um den Störfaktor klein zu halten: Espresso-Kapseln von Nespresso. Die Entwicklung und Verfeinerung der Methode, wel-



«Für einen Ristretto sind Druck und Temperatur weniger relevant.»

Chahan Yeretizian
ZHAW

brühungen konnte der Forscher bereits detailliert identifizieren, bei 120 weiteren sind ihm zumindest die chemischen Summenformeln bekannt. Bei den Aromaverbindungen handelt es sich um flüchtige organische Verbindungen (volatile organic compounds, kurz «VOC»). Bei der aktuellen Untersuchung wird bestimmt, was «gerochen» wird, dem Kaffee also bereits entwichen ist. Dies



Am meisten Aromen werden in der zweiten Hälfte des Extraktionsprozesses freigesetzt.

baranq/Fotolia

steht aber im engen Verhältnis zum Gelösten (Partialdruck) und dient deshalb als Indikator für jene Aromen, welche zum jeweiligen Zeitpunkt im Kaffee auch zu schmecken sind.

Grundsätzlich zeigte sich: Je höher Druck und Temperatur in der Maschine gewählt wurden, umso mehr Aromen wurden aus dem Kaffee auch extrahiert. Variiert wurde zwischen drei Temperatur- und drei Druckeinstellungen: 82, 92 und 96 Grad sowie 7, 9 und 11 bar. Doch nicht alle Inhaltsstoffe sind gleich druck- und temperaturempfindlich: Die weniger gut in Wasser löslichen reagieren stärker auf die Parameter Druck und Temperatur, sie nehmen also bei einer Erhöhung dieser Faktoren überproportional zu. Ebenso Einfluss hat der zeitliche Verlauf: Eine Herausforderung von Druck und Temperatur wirkt sich bei diesen weniger gut wasserlöslichen (oder lipophileren) Aromastoffen nämlich insbesondere nach der Halbzeit (bei ca. 15 Sekunden) des Kaffeeauslaufens aus.

Druck und Aromenvielfalt: Kein linearer Zusammenhang

Die höhere Relevanz der zweiten Hälfte des Extraktionsprozesses gelte ganz grundsätzlich, konnte Chahan Yeretizian belegen: «Hinsichtlich Druck- und Temperaturempfindlichkeit des Extraktionsprozesses ist die zweite Hälfte der 25 Sekunden Brühzeit eines Essentos entscheidend.» Daraus folgert der Forscher Weiteres: Bei Kaffeespezialitäten, welche weniger Brühzeit als ein Espresso brauchen, haben Druck und Temperatur der Kaffeemaschine auch weniger Einfluss auf das Aroma- und Temperaturprofil in der Tasse: «Für einen Ristretto, der mit der halben Wassermenge und kürzerer Auslaufzeit gebrüht wird, sind die Parameter Druck und Temperatur weniger relevant.» Mit anderen Worten: Für einen Ristretto (18 ml) muss die Einstellung der Maschine weniger perfekt sein als bei einem Espresso (30 bis 40 ml). Als Faustregel und bis vertiefte Studien spezifisch für den Ristretto vorliegen, empfiehlt Yeretizian, die Maschinenjustierung nach dem Espresso auszurichten.

Mehr Druck heisst dabei nicht gleichsam mehr Aromen. «Druck wirkt sich nicht linear auf die Aromafreisetzung aus», so Yeretizian. Sondern vielmehr exponentiell: Eine Zunahme des Drucks von

Tee steht neu ebenfalls im Fokus der Kaffeeforscher

Kaffeeforscher Chahan Yeretizian untersucht neu auch Tee, schon rein methodisch biete sich das an: Wie Kaffee ist Tee ein Heisswasser-Extraktionsprodukt. Untersuchungsmethoden für Kaffee lassen sich zum Teil auch auf den Tee übertragen. In einer ersten Studie untersuchte Yeretizian 100 verschiedene Tees: von weissen über Oolong bis zu schwarzen. Es ging um die Klassifizierung der Teearomen, nach Regionen und Fermentationsprozessen. Da sich das Aromaprofil je nach Anbauregion unterscheidet, könne man so nun verifizieren, ob eine Teepackung auch korrekt deklariert ist. gsg

7 auf 9 bar wirkt sich weniger stark auf die Aromavielfalt aus als eine Druckverstärkung von 9 auf 11 bar. Das gleiche Verhalten zeigen die Aromen in Abhängigkeit von der Temperatur. Unterschiedlich wirken sich auch Druck und Temperatur aus: Die Forschergruppe um Chahan Yeretizian konnte feststellen, dass die Temperatur des Brühwassers in der Kaffeemaschine einen grösseren Einfluss auf die Aromen hat als der Druck.

Der Zusammenhang zwischen Druck, Temperatur und Aromaverbindungen verrät aber noch nicht, wie sich Druck und Temperatur der Kaffeemaschine schlussendlich auf den Geschmack auswirken. «Mehr Aromaverbindungen im Kaffee bedeutet ja nicht, dass dieser auch besser schmeckt», betont Yeretizian. Dafür brauche es die Sensorik. Und genau das hat der Chemiker nun mit einer nächsten Studie vor: Die gewonnenen Resultate sollen mit Geschmacksprofilen kombiniert werden. Manches lässt sich aber bereits jetzt schon vorhersagen: Röstaromen beispielsweise sind weniger gut löslich, solche werden also bei höherem Druck und höherer Temperatur besonders stark spürbar. Das verhält sich für eher bitter schmeckende Verbindungen ähnlich. Das wissen erfahrene Baristi, die Wädenswiler Forschergruppe liefert nun den wissenschaftlichen Beweis – und neue Details, durch die selbst erfahrene Baristi noch etwas dazulernen können.

WARUM NICHT AUCH DAS WASSER FILTERN, WENN EIN KAFFEE ZU 98% DARAUS BESTEHT?



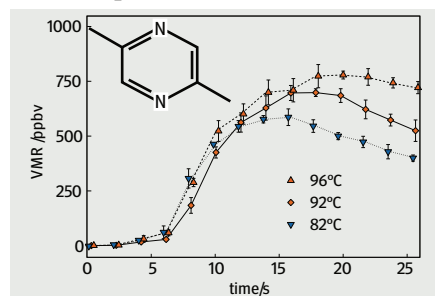
MIT BRITA PROFESSIONAL.
Beste Qualität bei der Kaffe Zubereitung und in der Bäckerei.

Erfahren Sie mehr unter: www.brita.ch



THINK YOUR WATER

Brühtemperatur ist entscheidend



Konzentration vom nussig-holzig riechenden Dimethylpyrazin im Kaffee im Laufe der Extraktion bei drei Wassertemperaturen. ZHAW