

The Business Travel Magazine from Carlson Wagonlit Travel Switzerland

CWTconnect

magazine

Issue 1/2011

Looking ahead

Trends and innovations
in the business travel market

**Much to discover
in and around Portugal**
Idyllic islands and stone circles

Carlson
Wagonlit
Travel



EDITORIAL



Walter Ruggli,
General Manager Switzerland

Dear readers,

If we could see into the future we would save ourselves the trouble of researching trends and trying to forecast market developments – how very comfortable and safe! However, this comfort would also deprive us of the chance to take an active part in designing the future – a senseless activity if everything is already determined. So let us continue to enjoy researching, investigating and drawing our conclusions from the latest data, as we did to define business travel trends for 2011 (p. 4 onwards). And sometimes not even a look back to the past brings any revelations, but is fascinating nevertheless: page 10 onwards talks about the mysterious relics of the megalithic culture in Portugal.

Liebe Leserinnen und Leser,

könnten wir in die Zukunft blicken, sparten wir uns das Erforschen von Trends und den Versuch, Marktentwicklungen vorherzusehen. Das wäre sehr bequem und sicher. Doch diese Bequemlichkeit nähme uns auch die Chance, die Zukunft aktiv mitzugestalten, denn das wäre ja sinnlos, wenn alles vorherbestimmt ist. Dann wollen wir doch lieber forschen, untersuchen und Schlüsse aus den aktuellen Daten ziehen, wie wir es für die Geschäftsreisetrends für 2011 getan haben (ab S. 4). Und manchmal bringt noch nicht einmal der Blick in die Vergangenheit Erleuchtung, aber gleichwohl Faszination: Lesen Sie ab Seite 10 über die rätselhaften Zeugen der Megalithkultur in Portugal.

Chères lectrices, chers lecteurs,

Si nous pouvions prédire l'avenir, nous n'aurions pas besoin d'analyser des tendances afin de faire des prévisions sur le développement du marché. Cela serait très pratique et sûr, mais nous empêcherait en même temps de former notre avenir – car cela ne serait pas possible si tout était prédéterminé. Contentons-nous donc d'examiner, d'analyser et de tirer nos conclusions des données actuelles, comme nous l'avons fait pour les tendances 2011 sur le marché du voyage d'affaires (à partir de la page 4). Parfois même le passé reste un mystère fascinant : à partir de la page 10 nous vous présentons les mystérieux témoins de la culture mégalithique au Portugal.

Yours · Ihr · Cordialement vôtre

IMPRINT - IMPRESSUM - MENTIONS LÉGALES

Publisher · Herausgeber · Editeur

Carlson Wagonlit Travel, Zurich Headquarters, Marketing & Communications,
Josefstrasse 216, CH-8031 Zurich, e-mail: info@carlsonwagonlit.ch

Producer · Verantwortlich · Responsable

Marianne Bieri-Oppliger, Carlson Wagonlit Travel, Zurich

Editing · Redaktion · Rédaction

Annette Lindstädt | Worthauerei, Heidelberg/Germany

Authors · Autoren · Auteurs

Ina Baumbach, Dorothee Köhler, Annette Lindstädt, Andreas Stieglitz, Nikolai Wojtko

Picture credits · Bildnachweis · Sources des images

Cover photo: ©iStockphoto.com/GustavoGoncalves, photo p. 3: ©iStockphoto.com/peeterv,
p. 4: ©iStockphoto.com/kzenon, photos p. 10/11, 12: Dorothee Köhler, p. 14 + 16: Andreas
Stieglitz; p. 18: ©iStockphoto.com/Syldavia; p. 19: ©iStockphoto.com/fjvsoares; p. 21: ©iStock-
photo.com/senaiaksoy; p. 22: ©iStockphoto.com/Nisangha; p. 25: ©iStockphoto.com/Luis-

Portugal; p. 27: ©iStockphoto.com/Jitalia17, ©iStockphoto.com/swedewah; p. 28: ©iStock-
photo.com/artyclone. All other photos: CWT, suppliers or private sources.

Design and Production · Gestaltung und Produktion · Maquette et Production
Graphicon – Konzeption, Gestaltung & Produktion GmbH, Frankfurt a. M./Germany

Publication · Erscheinungsweise · Mode de parution

The CWT Connect Magazine is issued every 3 months and is distributed free of charge to
Carlson Wagonlit Travel customers.

**Deadline for text and advertising for issue 2/2011 · Redaktions- und Anzeigenschluss
für Ausgabe 2/2011 · Date limite de réception des textes et annonces pour l'édition
2/2011 : 28 March/März/Mars 2011.**

No part of this publication may be reproduced, translated, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means without the publisher's prior written consent.

CONTENTS

CWT BUSINESS

- More online, more security: Industry trends in 2011 04
Mehr online, mehr Sicherheit: So tickt die Branche 2011
Services en ligne et sécurité : Les tendances pour 2011
- CWT Telepresence: Virtual meetings with the reality factor 06
CWT Telepresence: Virtuelle Meetings mit Echtheitsfaktor
CWT Telepresence : Réunions virtuelles plus authentiques

DESTINATION

- Megaliths, monoliths, menhirs: mysterious relics 10
Megalith, Monolith, Menhir: Rätselhafte Zeitzeugen
Mégalithe, monolithe, menhir : Témoins de l'histoire
- Magical islands: The Azores from above 14
Magische Inselwelt: Die Azoren von oben
Iles magiques : Les Açores vues d'en haut
- Culinary diversity : Port wine, Bacalhau and lots more 18
Kulinarische Vielfalt: Portwein, Bacalhau und mehr
Diversité culinaire : Porto, bacalhau et autres
- Practical info · Praktische Infos · Infos pratiques 21
- Ceramics, cork, crisis: Portugal's changing economy 22
Kacheln, Kork, Krise: Portugals Wirtschaft im Wandel
Faïence, liège et crise : L'économie du Portugal
- Long-standing tradition: CWT in Portugal 24
Klein und fein mit Tradition: CWT in Portugal
Petite organisation, grande tradition : CWT au Portugal
- North Portugal: Tips from Claudio Trapletti 25
Portugals Norden: Tipps von Claudio Trapletti
Le nord du Portugal : Conseils de Claudio Trapletti

KALEIDOSCOPE

- Practical travel tool: Flannel shirts 27
Praktisches für unterwegs: Flanellhemden
Dispositif pratique : Les chemises en flanelle
- Brainwaves: Turning ideas into innovations 28
Geistesblitze: Wie aus Ideen Innovationen werden
Trouvaille : Comment transformer les idées en innovations

PREVIEW

- Sweden: So near yet so far 27
Schweden: So fern, so nah
La Suède: Si loin, si près

PARTNER FOCUS

- Room with a view: Sofitel 08
Supplier news: Delta Air Lines 17
CWT Competition: TAP Portugal 30

Title photo: The Ponte Vasco da Gama spans the Tejo northeast of Lisbon. At over 17 kilometers, it is one of the longest bridges in the world and was opened in 1998 at the World Expo

Photo left: The Elevador de Santa Justa in Lisbon connects Baixa with the more elevated Chiado area

More online, more security

How the travel industry works in 2011

So the crisis is over and prices can go up – admittedly this is a grossly simplified summary of some of the bigger business travel trends in 2011. Online tools, environmental thinking and crisis management are other key topics.

Using market observations and the results of a study on current priorities set by travel managers, CWT has identified the trends that will be marking the business travel market in 2011.

11 trends for 2011

1. More airline ancillary services are expected.
2. The gap between Low Cost Carriers (LCC) and legacy carriers will decrease.
3. The usage of telepresence and videoconference is expected to increase (see more details on CWT's telepresence offering on pages 6/7).
4. The return of inflationary hotel rates and an ongoing increase in air fares will make for a hostile environment for buyers.
5. Travelers will want more self-served services to be more actively integrated in the processes and to be more independent.

CWT in the social web: CWT twitters in English at twitter.com/Carlsonwagonlit and at www.cwtsavvytraveler.com
CWT USA offers an entertaining blog on travel topics.

6. Progressive consolidation will create larger and more powerful airlines.
7. The demand for green governance for cars will increase.
8. Social media will support travel management.
9. An increasing number of travel mobile apps will be available at fingertips.
10. Crisis management and security will be given a clear focus.
11. Investments in high-speed rail will become more and more important across all regions. ■

Study on the priorities set by Travel Managers

From September to November 2010, CWT conducted a study entitled *Travel Management Priorities for 2011: Insights into the Rebound*, in which travel managers from the Asian-Pacific, European, Latin and North American regions were surveyed on their key priorities for the coming year. The study can be downloaded as a PDF in English at www.carlsonwagonlit.ch under *News & Media/CWT Travel Management Institute* free of charge.

So tickt die Branche 2011
Krise vorbei, Preise rauf – das ist die zugegebenermassen stark verkürzte Zusammenfassung einiger wichtiger Geschäftsreisetrends 2011. Online-tools, Umweltbewusstsein und Krisenmanagement sind weitere Schlüsselthemen.

| What does 2011 hold for the business travel industry?

Durch Marktbeobachtungen und abgeleitet aus einer Studie zu den aktuellen Prioritäten von Travel Managern hat CWT Trends identifiziert, die 2011 den Geschäftsreisemarkt prägen werden.

11 Trends für 2011

1. Weitere Extragebühren rund um den Flug sind zu erwarten.
2. Die Unterschiede zwischen Low Cost Carriern (LCC) und traditionellen Airlines schwinden.
3. Die Nutzung von Telepresence- und Videokonferenz-Technologie nimmt voraussichtlich zu (das Telepresence-Angebot von CWT stellen wir Ihnen ausführlicher auf den Seiten 6/7 vor).
4. Die Rückkehr inflationärer Hotelraten und weiterhin steigende Flugpreise stellen ein schwieriges Umfeld für Einkäufer dar.
5. Reisende wollen stärker selbst aktiv in die Prozesse eingebunden werden und unabhängiger sein.
6. Durch fortschreitende Konsolidierung entstehen grössere und stärkere Airlines.
7. Die Nachfrage nach grünem Fuhrpark-Management steigt.
8. Soziale Netzwerke unterstützen das Travel Management.
9. Immer mehr mobile Online-Reisedienste sind überall und jederzeit verfügbar.
10. Krisenmanagement und Sicherheit sind klar im Fokus.
11. Investitionen in Hochgeschwindigkeitszüge werden in allen Regionen wichtiger. ■

CWT im Social Web: CWT twittert in englischer Sprache unter twitter.com/Carlsonwagonlit, und CWT USA bietet mit www.cwtsavvytraveler.com ein unterhaltsames Blog zu Reisetemen.

Studie zu den Prioritäten von Travel Managern

CWT führte von September bis November 2010 die Studie Travel Management Priorities for 2011: Insights into the Rebound durch, in der Travel Manager aus den Regionen Asien-Pazifik, Europa, Latein- und Nordamerika zu ihren wichtigsten Prioritäten für das kommende Jahr befragt wurden. Sie kann unter www.carlsonwagonlit.ch unter News & Media/CWT Travel Management Institute kostenlos als PDF in englischer Sprache heruntergeladen werden.

Tendances pour 2011

La crise est finie, les prix augmentent – voici le résumé en très bref de certaines tendances 2011 pour le marché du voyage d'affaires. Les autres thèmes clés sont les outils en ligne, la conscience écologique et la gestion de crise.

En observant le marché et en analysant les résultats d'une étude sur les priorités des gestionnaires de voyages, CWT a identifié les tendances qui marqueront le marché du voyage d'affaires en 2011.

11 tendances pour 2011

1. L'introduction de nouveaux frais supplémentaires dans le transport aérien est à prévoir.
2. Les différences entre les compagnies low cost et les compagnies aériennes traditionnelles diminueront.
3. Une utilisation accrue des technologies de téléprésence et de visioconférence est très probable (les services de téléprésence de CWT vous sont présentés sur les pages 6/7).
4. Les augmentations de tarifs dans les secteurs hôtelier et aérien représenteront un défi pour les acheteurs.
5. Les voyageurs souhaitent jouer un rôle plus actif dans les processus et être plus indépendants.
6. La consolidation croissante du marché aérien fera naître des compagnies aériennes plus grandes et plus puissantes.
7. La demande d'une gestion écologique de la flotte de véhicules croîtra.
8. Les réseaux sociaux soutiendront la gestion des voyages d'affaires.
9. Un nombre croissant de services de voyages en ligne mobiles seront disponibles à tout moment et partout.
10. La gestion de crise et la sécurité seront au centre des préoccupations.
11. Les investissements dans les trains à grande vitesse deviendront plus importants dans toutes les régions. ■

CWT dans les réseaux sociaux : CWT twitte en anglais sur twitter.com/Carlsonwagonlit et CWT USA propose un blog divertissant sur les voyages : www.cwtsavvytraveler.com.

Etude sur les priorités des gestionnaires de voyages

De septembre à novembre 2010, CWT a mené l'étude *Travel Management Priorities for 2011 : Insights into the Rebound*, dans le cadre de laquelle des gestionnaires de voyages des régions Asie-Pacifique, Europe, Amérique Latine et du Nord ont été interrogés sur leurs priorités principales pour l'année à venir. L'étude peut être téléchargée gratuitement en anglais sur www.carlsonwagonlit.ch sous News & Media/CWT Travel Management Institute.



And suddenly they are sitting next to you

Telepresence makes virtual meetings more real

| Telepresence gives participants the feeling of being in the same room

Telepresence gives virtual meetings a reality factor and can act as a useful complement to the travel program too.

The volume of business travel is up again, but companies are now examining the purpose of their trips much more closely. Teaming up with its technology partner, Tata Communications, CWT has now added another ultramodern element to its comprehensive range of products and services: *CWT Telepresence*.

How does Telepresence fit into the corporate travel program?
Companies should first check the advantages of a virtual version of

What is telepresence?

Telepresence is a lifelike, high-definition conference technology with advanced audio and video quality. Taking place in real time, it gives the participants the feeling of sitting in the same room and they can work on presentations and documents together. Telepresence suites are fully equipped rooms that can be rented on an hourly basis, ruling out the need for investment costs.

the meeting. In the case of meetings with a clear structure, such as information updates or regular internal meetings, videoconferencing is an efficient way to ensure all participants are equally well informed. Meetings can be called with less preparation time and held more frequently. CWT supports companies in integrating *CWT Telepresence* into their corporate travel program. Bookings are made via the familiar portal or by a central reservations team and are recorded in detail, allowing customers to monitor various key metrics. Any telepresence rooms already available within a company can be incorporated and therefore used to capacity. The high-end technology enables a lifelike conversation, better communication and consequently represents a great improvement on former telephone-conference or web-conference meetings. ■

Tata Communications

Tata Communications belongs to the Indian Tata Group and is a leading provider of communications solutions. Currently six public suites are available in Europe and another 23 in the Asian-Pacific region, India, North America, Africa and the Middle East. The network is steadily being expanded.

www.tatacommunications.com



Our cars

Telepresence macht virtuelle Meetings echter

Telepresence erlaubt virtuelle Meetings mit Echtheitsfaktor und kann das Geschäftsreiseprogramm sinnvoll ergänzen.

Der Geschäftsreiseverkehr ist wieder auf hohem Niveau, jedoch wird nun stärker auf den Reisezweck geachtet. Zusammen mit seinem Technologiepartner Tata Communications fügt CWT seinem umfassenden Angebot nun einen weiteren hochmodernen Baustein hinzu: CWT Telepresence.

Wie fügt sich Telepresence in das Firmenreiseprogramm ein?

Unternehmen sollten zunächst die Vorteile einer virtuellen Durchführung prüfen. Bei klar strukturierten Treffen wie etwa Informations-Updates oder regelmäßigen internen Meetings lassen sich alle Beteiligten per Videokonferenz effizient auf den gleichen Wissensstand bringen. Meetings können mit kürzerer Vorlaufzeit einberufen und häufiger angesetzt werden. CWT unterstützt Unternehmen dabei, CWT Telepresence in das Firmenreiseprogramm zu integrieren. Die Buchung geschieht über das vertraute Portal oder über ein zentrales Reservierungs-Team und wird vollständig erfasst. So können Kunden verschiedene Kennzahlen überwachen. Eventuell vorhandene firmeneigene Telepresence-Räume lassen sich einbinden und somit besser auslasten. Die komfortable Technik ermöglicht einen lebensechten Austausch, bessere Kommunikation und dadurch eine Aufwertung von bisher per Telefon- oder Webkonferenz stattfindenden Meetings. ■

Was ist Telepresence?

Telepresence ist eine lebensechte, hochauflösende Konferenztechnik mit ausgezeichneter Audio- und Videoqualität und ohne zeitliche Verzögerung. Sie gibt den Teilnehmern das Gefühl, sich im selben Raum zu befinden. Präsentationen und Dokumente lassen sich gemeinsam bearbeiten. Telepresence-Suites sind voll ausgestattete Räume, die zeitweise angemietet werden können, sodass Anschaffungskosten entfallen.

Tata Communications

Tata Communications gehört zur indischen Tata Group und ist ein führender Anbieter von Kommunikationslösungen. Derzeit sind in Europa sechs öffentliche Suites verfügbar, weitere 23 gibt es in Asien-Pazifik, Indien, Nordamerika, Afrika und Nahost. Das Netz wird kontinuierlich erweitert.

www.tatacommunications.com

La téléprésence rend les réunions virtuelles plus réelles

La téléprésence permet d'augmenter l'authenticité des réunions virtuelles et peut compléter le programme de voyages.

Les voyages d'affaires sont de nouveau en hausse, mais l'objectif de chaque voyage est désormais examiné de plus près. En collaboration avec son partenaire technologique Tata Communications, CWT complète sa vaste gamme de services par un nouvel élément ultra moderne : *CWT Telepresence*.

Qu'est-ce la téléprésence ?

La téléprésence est une technique de conférence haute définition en temps réel offrant une excellente qualité audio et vidéo. Elle donne aux participants l'impression de se trouver dans une même salle. Les présentations et documents peuvent être travaillés ensemble. Les sites de téléprésence sont des salles entièrement équipées pouvant être louées afin d'éviter les frais d'achat.

Comment intégrer la téléprésence dans le programme de voyages ?

Les entreprises doivent d'abord examiner les avantages d'une réunion virtuelle. Lorsqu'il s'agit de réunions clairement structurées comme par exemple les réunions internes régulières, une visioconférence est un moyen efficace pour mettre au courant toutes les personnes impliquées. Les réunions virtuelles peuvent être organisées avec moins de préavis et plus souvent. CWT soutient les entreprises dans l'intégration de *CWT Telepresence* dans leur programme de voyages. La réservation s'effectue via le portail habituel ou via une équipe de réservations centralisée. Les réservations sont entièrement répertoriées afin que les clients puissent contrôler les différents chiffres clés. Les salles de téléprésence disponibles dans l'entreprise peuvent être intégrées dans le système pour mieux les exploiter. La technologie confortable permet de s'entretenir en temps réel, améliore la communication et valorise ainsi les réunions tenues auparavant sous forme de conférences téléphoniques ou en ligne. ■

Tata Communications

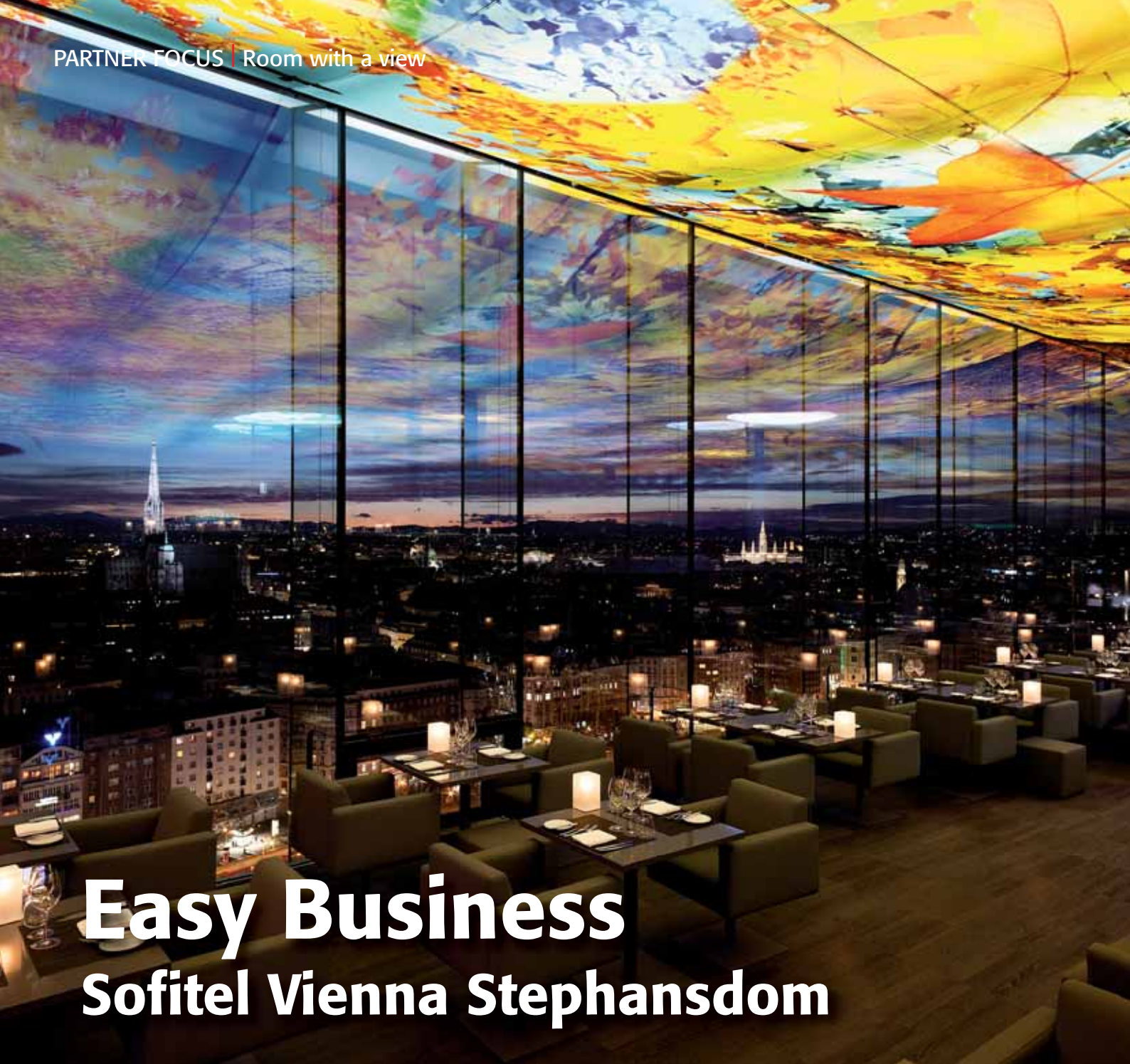
Tata Communications fait partie du groupe industriel indien Tata Group et est l'un des leaders dans le domaine des télécommunications. Six sites de téléprésence publiques sont actuellement disponibles en Europe, et 23 autres dans la région Asie-Pacifique, en Inde, en Amérique du Nord, en Afrique et au Moyen-Orient. Le réseau est constamment agrandi.

www.tatacommunications.com



are available elsewhere. Our prices aren't.

(Hire a BMW from Sixt - for more informations please contact Carlson Wagonlit Travel)



Easy Business Sofitel Vienna Stephansdom

The new Sofitel Vienna Stephansdom now makes business travel even more comfortable. And gives its guests a wider view of the world at the same time.

With its unique character, Vienna has always been a popular destination for business travelers. Now it will become even more attractive as the new Sofitel Vienna Stephansdom has set itself the aim of making life easier for business travelers.

Which is why everything has been taken into account here: besides state-of-the-art conference facilities, there is even a dedicated meeting concierge. If you wish to work undisturbed in your room, you can expect maximum comfort there too: an extra spacious

workspace – within a stone's throw of St. Stephen's Cathedral. What's more, there is a Nespresso coffee machine and free refreshments from the minibar.

Added to this, the Le Loft restaurant offers a unique ambiance for business entertaining. And when the working day is over, guests can either work out in the fitness center or relax in the 750m² spa. And last, but not least: Sofitel Vienna Stephansdom promises its guests that "life is magnifique!"

Das neue Sofitel Vienna Stephansdom macht Business-Reisen jetzt noch angenehmer. Und schenkt seinen Gästen ausserdem mehr Weitblick

Mit ihrem einzigartigen Flair war Wien immer schon beliebte Business-Destination. Jetzt wird sie noch attraktiver. Denn das neue Sofitel Vienna Stephansdom hat es sich zum Ziel gesetzt, Business-Reisenden das Leben leichter zu machen.

Darum wird hier an alles gedacht: Neben modernsten Konferenzräumen gibt es sogar einen eigenen Meeting-Concierge. Will man ungestört im Zimmer arbeiten, erwartet einen auch dort der maximale Komfort: Ein extragrosser Arbeitsbereich – zum Greifen nah der Stephansdom. Ausserdem eine Nespresso-Maschine, dazu Gratis-Erfrischungsgetränke aus der Minibar.

Zudem bietet das Restaurant Le Loft ein einzigartiges Ambiente für Geschäftsessen. Und geht der Arbeitstag zu Ende, kann man im Fitnesscenter trainieren oder sich im 750m²-Spa erholen. „Life is magnifique!“, verspricht Sofitel Vienna Stephansdom schliesslich seinen Gästen.



Le nouveau Sofitel Vienna Stephansdom rend désormais les voyages d'affaires encore plus agréables, tout en élargissant l'horizon de ses clients.

Grâce à son ambiance unique, Vienne est depuis toujours une destination d'affaires populaire. Désormais elle deviendra encore plus attrayante, car le nouveau Sofitel Vienna Stephansdom s'est fixé l'objectif de faciliter la vie des voyageurs d'affaires.

Afin d'atteindre ce but on a pensé à tout : outre ses salles de conférence ultra modernes, l'hôtel dispose même d'un concierge dédié aux réunions. Ceux qui désirent travailler tranquillement dans leur chambre profitent également d'un confort optimal : un espace de travail extra large offrant une vue splendide sur la cathédrale Saint-Etienne, une machine Nespresso et des boissons gratuites du minibar.

De plus le restaurant Le Loft offre une ambiance extraordinaire pour les repas d'affaires. Une fois la journée de travail terminée, les clients peuvent s'entraîner dans la salle de sport ou se reposer dans le spa de 750m². Ce n'est pas pour rien que le Sofitel Vienna Stephansdom promet à ses clients que « Life is magnifique ».

Megalithic monuments

The mystery of the pre-historic stones

Spring in Alentejo in the south of Portugal: olive trees, cork oaks, aromatic herbs and carpets of flowers stretching as far as the eye can see. And in the middle of all this lush green countryside? Colossal grey stones. Welcome to Alentejo – the land of dolmens (megalithic tombs) and menhirs (standing stones).

From the little town of Nossa Senhora de Guadalupe, northwest of the old University City Évora, a rough narrow road leads to a sparse forest of cork oaks – and to one of the most spectacular legacies of the megalithic culture in Europe: the Cromleque dos Almendres, a stone circle whose 92 menhirs comprise two ovals forming a figure of eight.

Megalith, monolith or menhir?

A megalith is a large, generally unhewn stone (from Greek “megas” for “large” and “lithos” for “stone”). Megaliths were used to build grave and cult facilities, erected as monoliths or menhirs (individual standing stones) or arranged in formations. The various building methods are classified, including dolmens (graves made out of several upright standing megaliths with a roof construction), tombs or stones in lines.

Huge stones and even bigger questions

From the hill on which this stone circle stands, the view extends far and wide across the Alentejo landscape. Visitors to the monument, which is older than Stonehenge, feel the special atmosphere that surrounds places where people made almost unbelievable achievements thousands of years ago. However did they manage to bring the huge stones up here? How did they stand them up? What did they use the stone circles for? The prehistoric constructions of the megalithic era represent one of the greatest unsolved mysteries in human history. What is clear is that they were built during the Neolithic Age and the Bronze Age approx. 4,700 – 1,000



BC, with the oldest located in France and the Iberian Peninsula. In most cases they served as graves while certain megalithic structures, such as Stonehenge, have astronomical associations.

The megalithic culture introduced innovative technologies and lifestyles

The people of this era underwent huge innovative changes. They evolved from hunters and gatherers to land-bound farmers, learning to plant crops, breed cattle and develop new technologies. With levers, ropes and draft animals, they heaved the stones onto rolling logs to transport them to the next place. In order to erect a menhir, for example, they first dug a deep hole in which they lowered the stone on rolling logs and then hauled it with ropes into an upright position.

Such a menhir can be found only 1.5 kilometers away from Cromleque dos Almendres – huge and mystical. Whatever it was that our forefathers wanted to express will always remain a mystery. ■

Unspoiled country, ancient culture, deserted: this is Alentejo

Alentejo, the region between Lisbon and the Algarve, covers a third of the surface area of Portugal and yet only 5 percent of the population, or just over 500,000 people, live here. The largest municipality in the region is the University City Évora with almost 45,000 inhabitants. A particularly large number of dolmen and menhirs are found in the Évora district.

| Cryptical stone circle: the Cromleque dos Almendres



Das Rätsel der steinernen Zeitzeugen

Frühling im Alentejo in Portugals Süden: Olivenbäume. Korkeichen. Kräuterduft. Blumenteppeiche bis zum Horizont. Mittendrin in all dem satten Grün: graue Kolosse aus Stein. Der Alentejo ist das Land der Dolmen und Menhire.

Vom kleinen Ort Nossa Senhora de Guadalupe nordwestlich der alten Universitätsstadt Évora führt ein schmales Schottersträsschen in einen lichten Korkeichenwald – und zu einem der spektakulärsten Zeugnisse der Megalithkultur in Europa: Der Cromleque dos Almendres ist ein Steinkreis, dessen 92 Menhire ein doppeltes Steinoval in Form einer Acht bilden.

Riesige Steine: viele Fragen

Vom Steinkreis am Hang reicht der Blick weit über die Landschaften des Alentejo. Besucher des Monuments, das älter ist als Stonehenge, spüren die besondere Atmosphäre, die Orte wie diesen umgibt, an denen Menschen vor Jahrtausenden schier unglaubliche Leistungen vollbracht haben: Wie haben sie es nur geschafft, diese massiven Steine hierher zu bringen? Wie haben sie sie aufgerichtet? Welchem Zweck diente der Steinkreis wohl?

Megalith, Monolith oder Menhir?

Ein Megalith ist ein grosser, meist unbehauener Stein (von griechisch „megas“ für „gross“ und „lithos“ für „Stein“). Megalithen wurden als Bausteine in Grab- und Kultanlagen eingesetzt, als Monolithen oder Menhire (einzeln stehende Steine) aufgerichtet oder in Formationen angeordnet. Man unterscheidet verschiedene Bauweisen, zum Beispiel Dolmen (Grabstätte aus mehreren aufrecht stehenden Megalithen mit einer Deckplatte), Hünengräber oder Steinreihen.

Die vorgeschichtlichen Bauten der Megalithkultur gehören bis heute zu den grössten Rätseln der Menschheit. Fest steht, dass sie während der Jungstein- und Bronzezeit ca. 4.700–1.000 v. Chr. entstanden sind, die ältesten von ihnen in Frankreich und auf der Iberischen Halbinsel. Meistens handelt es sich um Grossgräber. Einige Megalithanlagen, wie beispielsweise Stonehenge, haben astronomischen Bezug.

Megalithkultur: innovative Technologien und Lebensformen

Die Menschen dieser Zeit vollbrachten grosse innovative Leistungen. Sie wurden von Jägern und Sammlern zu sesshaften Bauern, die lernten, Pflanzen anzubauen und Vieh zu züchten, und entwickelten neue Technologien. Mit Hebebäumen, Tauwerk und Zugtieren wuchteten sie die Steine auf hölzerne Rollen, um sie zu ihrem Bestimmungsort bewegen zu können. Um beispielsweise einen Menhir aufzurichten, gruben sie erst ein tiefes Loch, in das sie den auf Rollen liegenden Stein zogen, und brachten ihn anschliessend mit Seilen in eine aufrechte Position.

Nur 1,5 Kilometer vom Cromleque dos Almendres entfernt steht ein solcher Menhir – massig und geheimnisvoll. Was unsere Vorfahren damit ausdrücken wollten, wird wohl für immer ein Rätsel bleiben. ■

Unberührte Natur, uralte Kultur, menschenleer: der Alentejo

Der Alentejo, die Region zwischen Lissabon und der Algarve, nimmt ein Drittel der Fläche Portugals ein, und doch siedeln hier nur 5 Prozent der Bevölkerung, etwas mehr als 500.000 Menschen. Die grösste Gemeinde der Region ist die Universitätsstadt Évora, sie hat knapp 45.000 Einwohner. Im Distrikt Évora finden sich besonders viele Dolmen und Menhire.



Montsaraz, one of the oldest and best preserved towns of the Alentejo

Mystérieux témoins de l'histoire

Printemps dans l'Alentejo, dans le sud du Portugal : oliviers, chênes-lièges, parfum d'herbes, champs de fleurs jusqu'à l'horizon. Au milieu de la nature verte : des colosses de pierre gris. L'Alentejo est le pays des dolmens et des menhirs.

Un chemin de gravier mène du village de Nossa Senhora de Guadalupe, situé au nord-ouest de la ville universitaire d'Évora, dans un bois clairsemé de chênes-lièges – et vers l'un des témoignages les plus spectaculaires de la culture mégalithique en Europe : Cromleque dos Almendres, un cromlech formé de 92 menhirs disposés en deux enceintes ovales formant un huit.

Des pierres énormes suscitant des questions

Le cromlech est situé sur une colline offrant une vue splendide sur les paysages de l'Alentejo. Les visiteurs de ce monument, plus ancien que Stonehenge, ressentent l'atmosphère particulière de ces endroits où les hommes ont accompli, il y a des millénaires, des tâches qui paraissent insurmontables : comment ont-ils réussi

Mégalithe, monolithe ou menhir ?

Un mégalithe est une grande pierre, le plus souvent non taillée (du grec : « megas » = grand et « lithos » = pierre). Les mégalithes furent utilisés pour construire des tombeaux ou des sites de culte, dressés en tant que monolithes ou menhirs (pierres dressées isolées) ou disposés en formations. On distingue différentes structures, par exemples les dolmens (tombeaux constitués de plusieurs mégalithes dressés couverts d'une dalle), les tombes mégalithiques ou les alignements.

à transporter ces pierres énormes jusqu'ici ? Comment les ont-ils dressées ? A quel but servait ce cercle de pierres ? Les monuments préhistoriques de la culture mégalithique font jusqu'aujourd'hui partie des plus grands mystères de l'humanité. On sait qu'ils furent construits durant les âges de la pierre polie et du bronze, entre env. 4 700 et 1 000 av. J.-C., les plus anciens se trouvant en France et sur la péninsule Ibérique. Il s'agit pour la plupart de tombeaux. Certains sites mégalithiques, comme par exemple Stonehenge, ont un rapport avec l'astronomie.

Culture mégalithique : technologies et formes de vie innovantes

Les hommes de cette époque réalisèrent de grandes innovations. Ils se transformèrent de chasseurs-cueilleurs en agriculteurs sédentaires, apprirent à cultiver des plantes et à élever des animaux et développèrent de nouvelles technologies. A l'aide de leviers, de cordes et d'animaux de trait ils posèrent les pierres sur des rouleaux en bois afin de pouvoir les transporter. Pour dresser par exemple un menhir, ils creusèrent d'abord un trou profond dans lequel ils posèrent la pierre. Ensuite ils la redressèrent avec des cordes.

Un tel menhir – massif et mystérieux – se trouve à seulement 1,5 kilomètre de Cromleque dos Almendres. Ce qu'il signifiait pour nos ancêtres restera probablement toujours un mystère. ■

Nature vierge, culture préhistorique, faible densité de population : l'Alentejo

L'Alentejo, la région entre Lisbonne et l'Algarve, occupe un tiers de la surface du Portugal, mais seuls 5 pour cent de la population – un peu plus de 500 000 personnes – y habitent. La plus grande commune de la région est la ville universitaire d'Évora avec près de 45 000 habitants. Dans le district d'Évora l'on trouve un grand nombre de dolmens et de menhirs.

BUSINESS TRAVELLING IN A NEW DIMENSION.



**SOFITEL VIENNA STEPHANS DOM
Now OPEN**

BUSINESS TRAVEL JUST GOT MORE COMFORTABLE: SOFITEL VIENNA STEPHANS DOM OFFERS A MEETING CONCIERGE, FREE WLAN, PERSONAL NESPRESSO-MASCHINE, FREE DRINKS FROM THE MINIBAR, 1ST RATE CONFERENCE ROOMS - AS WELL AS EXTRA LARGE WORKING AREAS EN SUITE. AND TO TOP IT OFF: EVERYTHING WITH A BREATHTAKING VIEW OF STEPHANS DOM.

WWW.SOFITEL.COM



SOFITEL
LUXURY HOTELS

Life is Magnifique

Magical islands

The Azores from above

| *View from Pico to Faial with the bay of Horta*

It is cool and cloudless at 6 in the morning and the sun is yet to rise behind the great majestic mountain. João, our English-speaking guide, greets us outside the mountain hut at 1,000 meters and after a short introduction, we're off: "Let's go!"

Along narrow paths we hastily climb the slopes that are covered in colorful blooming heather and aromatic thyme. We are aiming for Pico, the 2,350 meter high volcano cone on the island of the same name, the highest point of the Azores and Portugal.

A picturesque stopover for Atlantic sailors: Faial

The peak will long remain hidden from our view. Across the green checkered hillsides, our gaze falls on over to the neighboring island of Faial, which is in the process of freeing itself from the long shadows cast by Pico. And now we can clearly see Horta, the port town in the large bay framed by green hills – the obligatory stopover point for all skippers on the long Atlantic crossing. During a pause

for breath, João tells us about the nature reserves on the islands and the labyrinths of gardens built on lava on the coast of Pico. For generations, people have been cultivating wine here; his father also presses a particularly robust red wine. After three hours of climbing, we have almost made it and just need to scale the steep lava cone of the Piquinho ("little peak") which stands on the edge of the crater of the large caldera. At the top, the vast breathtaking view quickly lets us forget the strenuous climb as we bask in the pleasure of our achievement – the peak of happiness!

The Azores in short

The Azores (in Portuguese Ilhas dos Açores) comprise nine inhabited islands in the North Atlantic with a surface area of around 2,330 square kilometers (a little larger than Tenerife) and almost 250,000 inhabitants. The greatest distance between two of the islands is 600 kilometers. Santa Maria in the east and Corvo in the west. The Azores belong to Portugal and therefore to the EU but were given the status of an autonomous region with their own parliament and own government in 1976.

The Azores: born of volcanic fire

The island region of the Azores is laid out before our eyes: volcanic cones, lush subtropical vegetation, still crater lakes and rolling hills with rich green meadows and fields, bounded by unending hedges of thick hydrangeas. Well-signposted walking tracks open up the magnificent landscapes to hikers. In the middle of the shimmering silky blue sea lie the islands of Terceira, Graciosa, São Jorge and Faial but it is hopeless trying to catch sight of the other four islands – São Miguel and Santa Maria in the east, Corvo and Flores in the west – as, João explains, even with eagle eyes ... the earth's curvature here is simply too big!

Far out in the Atlantic, Flores is the most western outpost of Europe.

Fog and sun

We can hardly tear ourselves away from the overwhelming Pico panorama, but João advises us to descend as fog is approaching. Without him, it would be extremely difficult to find our way in this difficult terrain. However, on the way back down to the coast, we are greeted by brilliant sunshine. Finally we reach our comfortable holiday accommodation, a typical old stone house that has been lovingly restored along with former country manors, vineyards and abbeys: turismo rural – rural tourism – is the name given by the Azorean people to this kind of holiday.

Over a glass of the local Pico wine recommended by Unesco, maybe even made by João's father, we enjoy the stunning view from our terrace over the Atlantic Ocean. ■

Die Azoren von oben

Es ist kühl und wolkenlos um 6 Uhr morgens, die Sonne noch nicht hinter dem gewaltigen Bergmassiv aufgegangen. João, unser englischsprachiger Führer, begrüsst uns an der Berghütte auf 1.000 Metern Höhe. Kurze Anmeldung, dann: „Let's go!“

Auf schmalen Pfaden steigen wir zügig über Hänge empor, die mit blühender Heide und duftendem Thymian bewachsen sind. Unser Ziel ist der 2.350 Meter hohe Vulkankegel Pico auf der gleichnamigen Insel, der höchsten Erhebung der Azoren und Portugals.

Malerischer Zwischenstopp für Atlantiksegler: Faial

Der Gipfel bleibt noch lange unseren Blicken entzogen. Über die schachbrettartig gemusterten grünen Abhänge geht die Sicht zur

Nachbarinsel Faial, die sich eben aus dem langen Pico-Schatten befreit. Deutlich sehen wir Horta, die von grünen Hängen umrahmte Hafenstadt in der weiten Meeresbucht – obligatorischer Zwischenstopp für alle Skipper auf der grossen Atlantik-Passage. Bei einer Verschnaufpause erzählt uns João von den Naturreservaten, die es auf allen Inseln gibt, und von den labyrinthischen Lavagärten an der Küste Picos. Seit Generationen wird dort Wein angebaut; auch sein Vater keltert einen besonders kräftigen Rotwein. Nach drei Stunden Aufstieg ist es fast geschafft: Wir erklimmen den steilen Lavakegel des Piquinho („Gipfelchen“), der auf dem Kraterrand der grossen Caldera sitzt. Der atemberaubende Weitblick von hier lässt uns alle Mühen des Aufstiegs vergessen – pures Gipfelglück!

Steckbrief Azoren

Die Azoren (portugiesisch Ilhas dos Açores) bestehen aus neun bewohnten Inseln im Nordatlantik mit einer Fläche von rund 2.330 km² (etwas grösser als Teneriffa) und knapp 250.000 Einwohnern. Über 600 Kilometer liegen zwischen den beiden Inseln, die am weitesten voneinander entfernt sind: Santa Maria im Osten und Corvo im Westen. Die Azoren gehören zu Portugal und damit zur EU, haben jedoch seit 1976 den Status einer autonomen Region mit eigenem Parlament und eigener Regierung.

Die Azoren: aus vulkanischem Feuer geboren

Die Inselwelt der Azoren breitet sich vor unseren Augen aus: Vulkankegel, eine subtropisch-üppige Vegetation, stille Kraterseen und liebliches Hügelland mit saftigen Wiesen und Feldern, durchzogen von schier endlosen Hortensienhecken. Gut markierte, offizielle Wanderwege erschliessen die grandiosen Landschaften. Im seidenblau schimmernden Meer liegen die Inseln Terceira, Graciosa, São Jorge und Faial. Vergeblich jedoch halten wir nach den übrigen vier Azoreninseln Ausschau – São Miguel und Santa Maria im Osten, Corvo und Flores im Westen. Sie sind, wie uns João aufklärt, auch mit schärfstem Adlerblick von hier aus nie zu sehen ... die Erdkrümmung ist einfach zu gross!

Flores ist der westlichste Vorposten Europas, weit draussen im Atlantik.

Nebel und Sonne

Von dem überwältigenden Pico-Panorama können wir uns kaum losreissen, doch João rät zum Abstieg, da Nebel aufzieht. Ohne ihn wäre die Orientierung in dem unwegsamen Gelände nun äusserst schwierig. Auf der Rückfahrt zur Küste hinab werden wir von strahlendem Sonnenschein empfangen. Schliesslich erreichen wir wieder unser gemütliches Ferienhaus, eines jener typischen alten Steinhäuser, die ebenso wie ehemalige Herrenhäuser,

Weingüter oder Klöster liebevoll restauriert wurden: Turismo rural – ländlicher Tourismus – nennen die Azoreaner diese Art des Urlaubs.

Bei einem Gläschen des typischen Pico-Landweins mit Unesco-Prädikat, der vielleicht von Joãos Vater stammt, geniessen wir den herrlichen Blick von unserer Terrasse übers Meer. ■



| Azorean windmills are a reminiscence to early Flemish settlers

Les Açores vues d'en haut
6 heures du matin, l'air est frais, le ciel dégagé, le soleil se cache encore derrière le massif montagneux imposant. João, notre guide anglophone, nous retrouve au refuge à 1 000 mètres d'altitude. Quelques mots de bienvenue, puis : « Let's go ! »

Par des sentiers étroits nous montons à vive allure, à travers des versants couverts de bruyère florissante et de thym au parfum riche. Notre destination est le sommet du volcan Pico, situé sur l'île du même nom, qui est, avec ses 2 350 mètres d'altitude, le point culminant des Açores ainsi que du Portugal.

Escale pittoresque pour les voiliers transatlantiques : Faial

Le sommet n'est pas encore visible, mais au-delà des versants formant un damier vert, nous apercevons Faial, l'île voisine, qui est en train d'émerger de l'ombre du Pico. Notre regard se pose sur Horta, la ville portuaire située dans une large baie et entourée par des versants verts – une escale obligatoire pour tous les voiliers sur la grande traversée de l'Atlantique. Pendant une pause João nous raconte des parcs naturels qui existent sur toutes les îles, et des

labyrinthes de lave sur la côte de Pico. Depuis des générations on y cultive du vin ; son père, lui aussi, produit un vin rouge particulièrement corsé. Après trois heures de montée nous sommes presque arrivés : nous gravissons le sommet raide du Piquinho (« petit sommet ») situé sur le bord du cratère de la grande caldeira. La vue magnifique qu'offre cet endroit nous fait oublier les peines de la montée – c'est du pur bonheur !

Flores est le point le plus occidental d'Europe, loin dans l'océan Atlantique.

Les Açores : issues du feu volcanique

Les îles des Açores s'étalent sous nos yeux : des cônes volcaniques, une végétation subtropicale abondante, des lacs de cratère calmes et un doux paysage vallonné avec des prés et des champs fertiles, sillonné par de longues haies d'hortensias. Des sentiers de randonnée officiels bien balisés permettent d'explorer ces paysages magnifiques. Dans la mer, qui brille d'un bleu éclatant, on distingue les îles de Terceira, Graciosa, São Jorge et Faial, mais nous tentons en vain d'apercevoir les autres quatre îles des Açores : São Miguel et Santa Maria à l'est, Corvo et Flores à l'ouest. Elles ne sont, comme nous explique João, jamais visibles depuis ici, du fait de la courbure terrestre.

Brouillard et soleil

Nous avons du mal à nous détacher du panorama impressionnant, mais João préconise d'entamer la descente car du brouillard commence à se former. Sans notre guide il serait désormais très difficile de s'orienter. Lorsque nous descendons en voiture vers la côte, un soleil brillant nous accueille. Finalement nous rejoignons notre maison de vacances douillette, l'une de ces anciennes maisons en pierre typiques, qui furent, tout comme les maisons de maître, les domaines viticoles et les monastères, restaurées avec beaucoup de soin. Turismo rural – tourisme rural – c'est ainsi que les Açoriens appellent ce genre de vacances.

En dégustant un verre de vin typique de Pico classé par l'Unesco, produit peut-être par le père de João, nous profitons de la vue splendide sur la mer depuis notre terrasse. ■

Fiche Açores

Les Açores (en portugais : Ilhas dos Acores) comprennent neuf îles habitées dans l'Atlantique du Nord, avec une surface totale de 2 330 km² (un peu plus que Ténériffe) et près de 250 000 habitants. Plus de 600 kilomètres séparent les deux îles les plus éloignées : Santa Maria à l'est et Corvo à l'ouest. Les Açores appartiennent au Portugal et ainsi à l'UE, mais elles ont depuis 1976 le statut de région autonome avec son propre parlement et son propre gouvernement.

Delta Air Lines: non-stop from Zurich to New York



Your daily connection to New York

Besides of the daily direct flight from Zurich to Atlanta, from June 2 – October 29, 2011 Delta Air Lines will also fly non-stop from Zurich to New York JFK with convenient connections across the USA, Canada, Latin America and Caribbean. And, because it is a late return flight, a whole day to spend in the Big Apple.

Delta offers customers more than 13,000 daily flights, with hubs in Amsterdam, Atlanta, Cincinnati, Detroit, Memphis, Minneapolis-St. Paul, New York-JFK, Paris-Charles de Gaulle, Salt Lake City and Tokyo-Narita. Delta's award winning BusinessElite® service features all-leather seats, generous legroom and a quilted duvet, plus gourmet cuisine by celebrity chef Michelle Bernstein and a premium wine list by sommelier Andrea Robinson. Add on-demand touchscreen entertainment in both Business and Economy, and you have a combination that is hard to beat.

Enjoy all this and more with the Delta SkyMiles® program; wide range of reward, such as preferred seating, check-in privileges and mileage bonuses.

Ihre tägliche Verbindung nach New York

Neben dem täglichen direkten Flug von Zürich nach Atlanta fliegt Delta Air Lines vom 2. Juni bis 29. Oktober 2011 auch nonstop von Zürich nach New York JFK. Von dort aus haben Sie gute Anschlussflüge innerhalb der USA, nach Kanada, Lateinamerika und in die Karibik. Und da es ein später Rückflug ist, können Sie einen ganzen Tag im Big Apple verbringen.

Delta bietet mehr als 13.000 Flüge am Tag an, mit Drehkreuzen in Amsterdam, Atlanta, Cincinnati, Detroit, Memphis, Minneapolis-St. Paul, New York-JFK, Paris-Charles de Gaulle, Salt Lake City und Tokio-Narita. In der preisgekrönten BusinessElite®-Klasse erwarten Sie Ledersitze, viel Beinfreiheit und weiche Steppdecken, ganz zu schweigen von der köstlichen Verpflegung durch Starköchin Michelle Bernstein und der erstklassigen Weinauswahl des Sommeliers Andrea Robinson. Hinzu kommen Touchscreen-Unterhaltung auf Abruf, sowohl in der Business- als auch in der Economy-Klasse – eine Kombination, die nur schwer zu überbieten ist.

Genießen Sie all das und noch viel mehr mit dem Delta SkyMiles®-Programm. Sie haben ein breit gefächertes Sortiment an Prämien zur Auswahl, zum Beispiel bevorzugte Sitzplatzwahl, Privilegien beim Check-in und zusätzliche Flugmeilen.

Votre liaison quotidienne avec New York

En plus du vol direct quotidien de Zürich à Atlanta, du 2 juin au 29 octobre 2011 Delta proposera aussi des vols sans escale entre Zürich et New York JFK, où vous bénéficierez de correspondances pratiques pour le reste des Etats-Unis, le Canada, L'Amérique Latine et les Caraïbes. Et comme le vol de retour est tard le soir, vous aurez toute la journée pour vous dans Big Apple.

Delta offre à ses clients plus de 13 000 vols quotidiens de et vers les hubs d'Amsterdam, Atlanta, Cincinnati, Detroit, Memphis, Minneapolis-Saint-Paul, New York-JFK, Paris- Charles de Gaulle, Salt Lake City et Tokyo-Narita. Le service primé de Delta BusinessElite® fait bénéficier le passager d'un siège en cuir, d'un espace aux jambes confortable et d'un duvet, sans oublier les plats gastronomiques concoctés par la célèbre chef Michelle Bernstein et les vins sélectionnés par le sommelier Andrea Robinson. Ajoutez à cela les divertissements sur écran tactile disponibles à la demande en classes affaires et économique, et vous obtenez un service avec lequel il est difficile de rivaliser.

Profitez de tous ces avantages, et de bien plus encore, avec le programme Delta SkyMiles®. Il offre de nombreux privilèges, dont des places préférentielles, la priorité à l'embarquement et des miles à accumuler.



Cataplana, here a variation with cod and clams in the typical pan

A range of tastes from the same pot

Port wine, Bacalhau, casserole dishes and sweet temptations

Heavy wines, dried fish, unusual casserole combinations and unbelievable sweets and desserts are the trademarks of Portugal's cuisine. And it all tastes much better than the initial impression may give.

Even back in the 14th century, port wines – the classic sweet red and, more seldom, white wines – were being shipped from Portugal to England. In return, the Portuguese were given the right to fish cod from British waters, thus ensuring a supply of cod for Bacalhau – cod dried for 150 days in a particular drying process.

Bacalhau: a legacy of seafaring days

For centuries, Bacalhau was a staple diet for Portuguese sailors because it keeps for extremely long periods – an ideal provision on unpredictable ocean voyages. A colonial legacy, still upheld in kitchens up and down the country to this day, it can be served with salad, added to casseroles or simply eaten on its own. Besides

Bacalhau, other ocean catches have their place in the kitchen too: sardinhas assadas (grilled sardines), seafood and fresh fish.

Cataplana: all in one pot

Unlike in other countries, where land and water creatures are usually kept apart, it is typically Portuguese to ignore this rule when cooking Cataplanas, the famous casserole dishes. Portuguese cooks unabashedly throw clams, fish, meat and also the popular smoked sausage Chouriço together to produce the most wonderful aromatic combinations. Cataplanas are copper or iron pots with locking lids that particularly lend themselves to cooking fish and seafood at a gentle temperature, and have given their name to the dish at the same time.

Pastéis: irresistibly sweet

On top of all this, Portuguese cuisine is made even more tempting with exceptionally delicious desserts and patisseries – thanks to the still present influence of the Moors. Pastelarias, offering sweet temptations at every street corner, form an integral part of the local scene in Portuguese towns. Almonds and figs are key products as well as caramel, flans and flaky pastry.

Clam casserole (Amêjoas na Cataplana)

This typical dish combines the delicate, light, nutty flavor of clams with the spicy power of Chouriço. If you can't find Portuguese Chouriço in your delicatessen, Spanish chorizo is more easily found and equally suitable. Easy to cook but not mainstream, it is an ideal dish with which to surprise guests.

Method: Gently heat the oil in a large pan. Finely chop shallots, garlic and Chouriço, and gently fry in the oil until lightly browned. Add the bay leaf and thyme, pour in the wine and water and add the potatoes (peeled and cut into thin slices). Cover with a lid and simmer on a gentle heat for 15 to 20 minutes. When the potatoes are almost done, add the clams and simmer for at least 5 minutes (discard any that have not opened). Remove thyme and bay leaf. Season with salt, pepper and lemon juice and if desired, add a little chili. Sprinkle with parsley and serve in the pot. ■

Clam casserole (Amêjoas na Cataplana)
Ingredients for 4 persons: 3 shallots,
3 cloves of garlic, 500 g potatoes, 150 g
Chouriço, 1 kg clams, cleaned (can be re-
placed with cockles), 250 ml dry white
wine, 250 ml water, salt, pepper, chili
powder if desired, 3 stalks of flat-leaf
parsley, 1 bay leaf, 1 stalk of thyme, 2 tbsp
olive oil, a large squeeze of lemon juice

Portwein, Bacalhau, Eintopf und süsse Versuchungen

Ein schwerer Wein, ein getrockneter Fisch, ungewöhnliche Eintöpfe und unglaublich Süßes sind die kulinarischen Aushängeschilder Portugals. Das alles ist viel schmackhafter, als es auf den ersten Blick wirken mag.

Schon im 14. Jahrhundert wurde Portwein, der klassische rote, seltener auch weisse Süßwein, von Portugal aus nach England verschifft. Im Gegenzug erhielten die Portugiesen das Recht, vor den britischen Küsten Kabeljau zu fischen. So sicherten sie sich den Nachschub für Bacalhau, den nach einem bestimmten Verfahren 150 Tage lang getrockneten Kabeljau.

Bacalhau: Reminiszenz an Seefahrerzeiten

Über Jahrhunderte war Bacalhau das Grundnahrungsmittel portugiesischer Seefahrer, da er extrem lange haltbar ist – ein idealer Proviant auf unberechenbarer See. Diese Erinnerung an koloniale Zeiten wird bis heute in allen Küchen des Landes hochgehalten. Man isst ihn zu Salat, bereitet mit ihm Eintöpfe zu oder genießt ihn einfach pur. Neben dem Bacalhau bestimmen weitere Meeresfänge das kulinarische Geschehen: Sardinhas assadas (gegrillte Sardinen), Meeresfrüchte und frischer Fisch.

Cataplana: alles in einem Topf

Typisch portugiesisch: Die in anderen Ländern übliche Trennung von Meeres- und Landtieren entfällt bei der Zubereitung von Eintöpfen, den Cataplans. Unbeschwert vermählt die portugiesische Küche Muscheln, Fisch, Fleisch, aber auch die beliebte geräucherte

Wurst Chouriço zu herrlichen Aromenkombinationen. Die Cataplana ist ein dicht schliessender Kupfer- oder Eisentopf, der sich besonders für die sanfte Garung von Fisch und Meeresfrüchten eignet und gleichzeitig dem Gericht seinen Namen gab.

Pastéis: verführerisch süß

Darüber hinaus lockt die portugiesische Küche mit überaus schmackhaften Desserts und Backwaren – hier macht sich noch heute der Einfluss der Mauren bemerkbar. Die Pastelarias, allgegenwärtige Orte der süßen Verführung, sind aus dem Strassenbild portugiesischer Städte nicht wegzudenken. Mandeln und Feigen spielen dabei eine so zentrale Rolle wie Karamell, Pudding und Blätterteig.



| Pastéis de Nata – irresistible flan cakes

Muschel-Eintopf (Amêjoas na Cataplana)

Dieses typische Gericht vereint den feinen, leicht nussigen Geschmack der Muscheln mit der würzigen Kraft der Chouriço. Sollten Sie keine portugiesische Chouriço im Feinkostgeschäft finden, ist auch die leichter erhältliche spanische Chorizo gut geeignet. Durch seine einfache, aber raffinierte Zubereitung ist es ein ideales Gericht, um Gäste zu überraschen.

Zubereitung: Das Öl in einem ausreichend grossen Topf sanft erhitzen. Schalotten, Knoblauch und Chouriço fein hacken, zugeben und alles etwas Farbe annehmen lassen. Lorbeer und Thymianzweig zugeben, Wein und Wasser angiessen und die Kartoffeln (geschält und in feine Scheiben geschnitten) dazugeben. Deckel auflegen und alles auf kleiner Flamme 15 bis 20 Minuten köcheln lassen. Wenn die Kartoffeln fast gar sind, die Muscheln zugeben und mindestens 5 Minuten köcheln lassen (die Muscheln sollten sich alle geöffnet haben, geschlossene Muscheln unbedingt aussortieren). Thymianzweig und Lorbeerblatt entfernen. Mit Salz, Pfeffer und Zitrone würzen. Nach Geschmack etwas Chili zugeben. Mit der gehackten Petersilie bestreut im Topf servieren. ■

Muschel-Eintopf (Amêjoas na Cataplana)
 Zutaten für 4 Personen: 3 Schalotten, 3 Knoblauchzehen, 500 g Kartoffeln, 150 g Chouriço, 1 kg Venusmuscheln, gesäubert (ersatzweise Herzmuscheln), 250 ml trockener Weisswein, 250 ml Wasser, Salz, Pfeffer, ggf. Chilipulver, 3 Stängel glatte Petersilie, 1 Lorbeerblatt, 1 Thymianzweig, 2 El Olivenöl, einige Spritzer Zitrone

Porto, bacalhau, ragoûts et tentations sucrées

Un vin lourd, un poisson séché, des ragoûts insolites et des desserts extrêmement sucrés sont les spécialités culinaires du Portugal. Tout cela est beaucoup plus délicieux qu'il ne puisse paraître à première vue.

Déjà au 14^e siècle le porto – le porto rouge classique et, plus rarement, le porto blanc – fut exporté du Portugal vers l'Angleterre. En contrepartie les Portugais obtenaient le droit de pêcher de la morue devant les côtes britanniques, ce qui leur permettait d'assurer le ravitaillement en bacalhau – de la morue séchée pendant 150 jours selon un procédé particulier.

Le bacalhau : un souvenir de l'époque coloniale

Le bacalhau était pendant des siècles l'aliment principal des marins portugais, car il se conserve très longtemps – un produit idéal pour les longs trajets en haute mer. Ce souvenir de l'époque coloniale est jusqu'aujourd'hui un élément indispensable de la cuisine portugaise : le bacalhau est mangé avec de la salade, utilisé pour préparer des ragoûts ou dégusté à l'état pur. Outre le bacalhau, d'autres produits de la mer marquent la cuisine portugaise : les sardinhas assadas (sardines grillées), les fruits de mer et le poisson frais.

La cataplana : tout en une marmite

Typiquement portugais : la séparation de fruits de mer et de viande, courante dans d'autres pays, ne se pratique pas lorsqu'on prépare des ragoûts, appelés cataplanas. La cuisine portugaise mélange coques, poisson, viande et chouriço – une saucisse fumée très populaire – pour créer de magnifiques combinaisons d'arômes. La cataplana est une marmite à couvercle en cuivre ou en fer, particulièrement adaptée à la cuisson douce des poissons et des fruits de mer, qui a donné son nom au plat.

Les pastéis : tentations sucrées

De plus la cuisine portugaise offre des desserts et des pâtisseries très délicieux – un souvenir de l'influence de la culture maure. Les pastelarias proposant des tentations sucrées sont un élément indispensable de chaque ville portugaise. Les amandes et les figues jouent un rôle tout aussi important que le caramel, les puddings et la pâte feuilletée.

Ragoût de coques (Amêjoas na cataplana)

Ce plat typique allie le goût fin des coques à la saveur puissante et épicée du chouriço. Au cas où vous ne trouveriez pas de chouriço portugais, vous pouvez également utiliser du chorizo espagnol, plus facile à trouver. Grâce à sa préparation facile mais raffinée, ce plat est idéal pour surprendre des invités.

Préparation : Faire chauffer doucement l'huile dans une casserole assez grande. Ajouter les échalotes, l'ail et le chouriço finement hachés et faire revenir. Ajouter la feuille de laurier, la branche de thym, le vin, l'eau et les pommes de terre (épluchées et coupées en fines tranches). Couvrir et laisser mijoter sur petit feu pendant 15 – 20 minutes. Lorsque les pommes de terre sont presque cuites, ajouter les coques et laisser mijoter pendant au moins 5 minutes (toutes les coques doivent s'ouvrir ; enlever les coques fermées). Enlever la branche de thym et la feuille de laurier. Assaisonner de sel, poivre et citron. Selon le goût ajouter un peu de poudre de chile. Saupoudrer de persil haché et servir dans la casserole. ■

Ragoût de coques (Amêjoas na cataplana)
 Ingrédients pour 4 personnes : 3 échalotes, 3 gousses d'ail, 500 g de pommes de terre, 150 g de chouriço, 1 kg de coques nettoyées, 250 ml de vin blanc sec, 250 ml d'eau, sel, poivre, poudre de chile selon le goût, 3 branches de persil plat, 1 feuille de laurier, 1 branche de thym, 2 cuillères à soupe d'huile d'olive, un peu de jus de citron



Geographical location, inhabitants: Portugal is situated on the Atlantic coast, on the far west of the Iberian Peninsula and borders on Spain. Also included are the autonomous island regions of Madeira and the Azores. Portugal has 10.6 million inhabitants; the majority (92 percent) is Roman Catholic. 2.1 million live in the Lisbon conglomeration.

Language: The official language is Portuguese; in international business English is spoken.

Currency: The Euro is used here. Cash machines are widespread and credit cards widely accepted.

Climate: Atlantic climate in the west, Mediterranean climate in the south; Azores: relatively damp, equable climate; Madeira: mild subtropical climate. Mild winters with temperature seldom below 14 degrees at night. Highest temperature in summer around 30 degrees.

Entry: Swiss travelers can enter with an identity card or passport.

Electricity: 220 volt, an adaptor is not required.

Communication: The country code for Portugal is 00351. WLAN and hotspots are widespread.

Local time: Central European Time – 1 hour.

Lage, Einwohner: Portugal liegt an der Atlantikküste, ganz im Westen der Iberischen Halbinsel, und grenzt an Spanien. Hinzu kommen die autonomen Inselregionen Madeira und Azoren. Portugal hat 10,6 Millionen Einwohner, die Mehrzahl (93 Prozent) ist römisch-katholisch. 2,1 Millionen wohnen im Grossraum der Hauptstadt Lissabon.

Sprache: Amtssprache ist Portugiesisch, im internationalen Geschäftsverkehr auch Englisch.

Währung: Euro. Geldautomaten und Kreditkarten sind verbreitet.

Klima: Atlantikklima im Westen, mediterranes Klima im Süden des Landes. Azoren: relativ feuchtes, ausgeglichenes Klima; Madeira: mildes subtropisches Klima. Die Winter sind mild, die Temperatur sinkt auch nachts selten unter 14 Grad. Die Höchsttemperatur im Sommer liegt bei ca. 30 Grad.

Einreise: Schweizer mit Identitätskarte oder Pass.

Strom: 220 Volt, keine Adapter nötig.

Kommunikation: Vorwahl Portugal: 00351, WLAN und Hotspots sind verbreitet.

Ortszeit: Mitteleuropäische Zeit – 1 Stunde.

Situation géographique, habitants : Le Portugal est situé au bord de l'océan Atlantique, à l'extrémité ouest de la péninsule Ibérique, et partage sa frontière avec l'Espagne. Il comprend également les régions autonomes de Madère et des Açores. Le Portugal compte 10,6 millions d'habitants, dont la plupart (93 %) sont des catholiques romains. 2,1 millions de personnes vivent dans la région de Lisbonne, capitale du Portugal.

Langue : La langue officielle est le portugais, l'anglais est répandu dans le commerce international.

Monnaie : Euro, distributeurs et cartes de crédit sont répandus.

Climat : Climat atlantique dans l'ouest, climat méditerranéen dans le sud du pays. Açores : climat tempéré plutôt humide ; Madère : climat subtropical doux. Les hivers sont doux, la température descend rarement en-dessous de 14 degrés, même la nuit. La température maximale en été est d'env. 30 degrés.

Entrée : Pour les Suisses : carte d'identité ou passeport.

Courant : 220 volts, aucun adaptateur nécessaire.

Communication : Indicatif pour le Portugal : 00351, WiFi et Hotspots sont répandus.

Heure locale : Heure d'Europe centrale – 1 heure.

Addresses, information, links

Portuguese Tourist Office: www.visitportugal.com

Tel.: 00800 2035 2035

Chancery, Weltpoststrasse 20, 3015 Bern

mail@scber.dgaccp.pt



| A popular Portuguese product with tradition: Azulejos

Ceramics, cork and economic crisis

Portugal's economy: under transformation

The Portuguese economy stands between tradition and innovation. In an attempt to help the country out of its crisis, measures include a return to both traditional craftsmanship and modern technology.

The financial crisis struck Portugal like a bolt of lightning – not least because its economy had been developing very promisingly since admission to the EU in 1986. The reason for the slump is high national debt coupled with insufficient economic growth. Whether the combination of radical cuts and more new debts will be effective will become clear in the medium-term.

Tradition: Port wine, cork and tiles

Despite the crisis, certain traditional products made in Portugal are still in high demand – including Portuguese wine. Wine traders such as Symington, Sandeman and Sogrape (“Mateus Rosé”) are some of the largest companies in the country. Another traditional Portuguese product also not short of buyers are Azulejos, the beautiful tiles used in the mosaics that decorate so many houses, courtyards and churches on the Iberian Peninsula. But in other economic sectors the outlook is bleak. Although Portugal is the world's largest supplier of natural cork, demand is dropping.

Innovations: fashion design, renewable energies, electric cars
Expertise in the traditional textile industry found a new outlet in fashion design. The country is also investing in modern technology and research: today already more than a third of the country's power comes from renewable energies – which is good for the balance of trade as oil and gas are expensive to import. And ambitions are high: in 2011, Portugal is aiming to be the first country in the world to build a nationwide network of charging stations for electric cars. The Prime Minister already drives one – as the first head of state in the world. ■

Portugal's economy in brief

Portugal is rich in mineral resources (tungsten, copper, coal and iron). Important economic sectors are the metal, textile and electronics industries. The service sector generates 75 percent of the Gross Domestic Product (GDP), industry 15.3 percent, construction 7 percent and agriculture 2.7 percent. Tourism amounts to approx. 8 percent of the GDP. Switzerland supplies chemicals, precision instruments, machines and appliances to Portugal.

Portugals Wirtschaft im Wandel

Die portugiesische Wirtschaft steht zwischen Tradition und Innovation. Im Versuch, dem Land aus der Krise zu helfen, besinnt man sich nun unter anderem auf traditionelle Handwerkskunst und moderne Technik.

Die Finanzkrise traf Portugal wie ein Blitz. Denn eigentlich hatte sich die Wirtschaft seit dem EU-Beitritt 1986 vielversprechend entwickelt. Der Grund für die Misere ist die hohe Staatsverschuldung bei zu geringem Wirtschaftswachstum. Ob die radikalen Sparmassnahmen und die Aufnahme neuer Schulden greifen, wird sich mittelfristig zeigen.

Portugal: Wirtschaftssteckbrief

Portugal ist reich an Bodenschätzen (Wolfram, Kupfer, Kohle, Eisen). Wichtige Wirtschaftszweige sind die Nahrungsmittel-, Metall-, Textil- und Elektronikindustrie. Der Dienstleistungssektor erwirtschaftet 75 Prozent des Bruttoinlandsproduktes (BIP), die Industrie 15,3 Prozent, das Bauwesen 7 Prozent und die Landwirtschaft 2,7 Prozent. Der Tourismusanteil am BIP beträgt ca. 8 Prozent. Die Schweiz liefert nach Portugal Chemikalien, Präzisionsinstrumente sowie Maschinen und Apparate.

Tradition: Portwein, Kork und Kacheln

Trotz der Krise sind einige der Traditionsprodukte Portugals nach wie vor begehrt. Die portugiesischen Weine beispielsweise: Weinhandelsunternehmen wie Symington, Sandeman und Sogrape („Mateus Rosé“) zählen zu den grössten Firmen des Landes. Ebenfalls Käufer findet ein weiteres portugiesisches Traditionsprodukt: die Azulejos. Prächtige Kachelmosaik schmücken viele Häuser, Höfe und Kirchen auf der Iberischen Halbinsel. Für andere Wirtschaftszweige wird es eng. Portugal ist zwar der weltgrösste Lieferant für Naturkorken, doch die Nachfrage sinkt.

Innovationen: Mode, erneuerbare Energien, Elektroautos

Das traditionelle Textil-Know-how fand ein neues Ventil im Modedesign. Das Land setzt ausserdem auf moderne Technik und Forschung: Bereits heute stammt mehr als ein Drittel des landesweiten Stroms aus erneuerbaren Energien – gut für die Handelsbilanz, denn Öl und Gas müssen teuer importiert werden. Ehrgeizig: Portugal will 2011 als erstes Land der Welt ein landesweites Netz von Ladestationen für Elektroautos anbieten. Der Premier fährt bereits eins – als erster Staatschef der Welt. ■

L'économie du Portugal en transformation

L'économie portugaise est partagée entre la tradition et l'innovation. Dans le but de sortir le pays de la crise, on mise entre autres sur l'artisanat traditionnel et la technologie moderne.

La crise financière a éclaté comme une bombe au Portugal. Car depuis l'entrée du pays dans l'UE en 1986, le développement économique avait été prometteur. La misère actuelle est due à un endettement public élevé et à une croissance économique trop faible. Il reste à voir si le plan d'austérité et les nouveaux crédits contractés feront effet à moyen terme.

Tradition : porto, liège et faïence

Malgré la crise, certains produits traditionnels du Portugal restent très demandés. Les vins portugais par exemple : les sociétés du secteur viticole comme Symington, Sandeman et Sogrape (« Mateus Rosé ») comptent parmi les plus grandes entreprises du pays. Un autre produit traditionnel est également très demandé : les Azulejos. Ces magnifiques mosaïques de faïence décorent de nombreuses maisons, fermes et églises sur la péninsule Ibérique. Pour d'autres secteurs la situation est cependant plus difficile. Le Portugal est le premier fournisseur mondial de liège naturel, mais la demande est en baisse.

Innovations : textile, énergies renouvelables, voitures électriques

Le savoir-faire traditionnel dans le secteur textile est de nos jours utilisé pour la création de mode. De plus le pays mise sur la technologie et la recherche. Plus d'un tiers de l'électricité consommée au Portugal provient d'énergies renouvelables – ce qui est bien pour la balance commerciale, car l'importation coûteuse de pétrole et de gaz peut être limitée. Un projet ambitieux : le Portugal a pour but d'être le premier pays au monde à installer, en 2011, un réseau national de stations de recharge pour les voitures électriques. Le premier ministre roule déjà en voiture électrique – une première mondiale pour un chef d'Etat. ■

Portugal : fiche économique

Le Portugal est riche en matières premières (tungstène, cuivre, charbon, fer). Les secteurs économiques les plus importants sont les industries alimentaire, métallique, textile et électronique. Le secteur tertiaire génère 75 % du produit intérieur brut (PIB), l'industrie 15,3 %, le bâtiment 7 % et l'agriculture 2,7 %. Le tourisme représente environ 8 % du PIB. La Suisse exporte des produits chimiques, des instruments de précision, des machines et des appareils au Portugal.

Long-standing tradition

CWT present in Portugal since the 19th century



The CWT team at the Lisbon office

unternehmen. Heute hat CWT Portugal insgesamt 58 Mitarbeiter an fünf Standorten (Full Service Center und On-Sites), die Zentrale ist in Lissabon.

Neues Angebot für Meetings und Events

Ein erfahrenes Team von Veranstaltungsprofis wird sich ausschliesslich auf die Belange von Kunden aus der Pharmaindustrie konzentrieren. CWT in Portugal betreut internationale Geschäftskunden u. a. aus den Bereichen Pharma, Kosmetik, Mobilfunk und Consulting.

In 1888 the "Compagnie Internationale des Wagons-Lits" (CIWL) opened its first office there.

In 1958, the CIWL entered into a joint venture with Thomas Cook named "Wagons-Lits Turismo". In 1983 the company Turistrader was set up, with Wagons-lits owning a 99 percent share and still operating under the established brand. Since 2002, CWT holds a 25 percent share in a joint venture between Turistrader and Espírito Santo Viagens (ESV), the largest travel operator in Portugal. Today CWT Portugal employs a total of 58 people in five locations (full service centers and on-sites) while the central office is based in Lisbon.

New service for MICE

An experienced team of event professionals at CWT Portugal will concentrate exclusively on the events needs of customers from the pharmaceutical industry. CWT in Portugal serves international corporate clients including organizations in the pharmaceuticals, cosmetics, mobile communications and consulting industries.

CWT seit dem 19. Jahrhundert in Portugal präsent

1888 eröffnete die „Compagnie Internationale des Wagons-Lits“ (CIWL) dort ihr erstes Büro.

1958 ging die CIWL ein Joint Venture mit Thomas Cook ein und nannte sich „Wagons-Lits Turismo“. 1983 entstand das Unternehmen Turistrader, zu 99 Prozent im Besitz von Wagons-Lits und weiter unter der etablierten Marke operierend. Seit 2002 hält CWT 25 Prozent an einem Joint Venture zwischen Turistrader und Espírito Santo Viagens (ESV), dem grössten portugiesischen Reise-

CWT représenté au Portugal depuis le 19^e siècle

La « Compagnie Internationale des Wagons-Lits » (CIWL) y ouvra son premier bureau en 1888.

En 1958 la CIWL créa un joint-venture avec Thomas Cook et se nomma « Wagons-Lits Turismo ». En 1983, l'entreprise Turistrader fut fondée, une société qui appartenait à 99 % à Wagons-Lits et continua d'opérer sous cette marque bien établie sur le marché. Depuis 2002 CWT détient 25 % d'un joint-venture entre Turistrader et Espírito Santo Viagens (ESV), le plus grand prestataire de voyages portugais. De nos jours CWT Portugal compte 58 employés travaillant à cinq emplacements (Full Service Center et On-Sites), la centrale se trouvant à Lisbonne.

Nouveau service pour les réunions et événements

Une équipe d'experts en événements s'occupera exclusivement des clients de l'industrie pharmaceutique. CWT Portugal sert des clients d'affaires internationaux, par exemple des secteurs pharmaceutique, cosmétique, de téléphonie mobile et du consulting.

Top Ten Beaches of CWT Portugal:

S. Pedro de Moel, Zambujeira do Mar, Guincho, Meco, Troia, Arrifana, Sagres, Carrapateira, Sesimbra and Tavira.

www.carlsonwagonlit.com.pt

Wine and dine

Claudio Trapletti's tips for North Portugal

Claudio Trapletti, Director Client Program Management CWT Switzerland, explored the area around Porto and came back with the following tips.

Porto, the famous wine metropolis of northern Portugal can be reached with a direct flight from Zurich. The historical city is situated in a picturesque spot on the mouth of the Douro leading out to the Atlantic. Drive from here in a northwesterly direction and you will see Portugal from its original, authentic side. The route is particularly attractive both in terms of culture and architecture as well as for those with an interest in wining and dining. It takes you through a changing landscape with typical villages and quaint little towns.

Lodging in style

For accommodation with great style, book a room in a Pousada. These are former residences, monasteries or manor houses that have been restored and transformed into unique hotels. Among them are the old Augustine Monastery in the World Heritage town of Guimaraes or the Palace of Braga, a town with magnificent baroque churches. The ideal months to travel here are May and June, in the quiet low season with a mild climate. ■

Tipps für Nordportugal von Claudio Trapletti

Claudio Trapletti, Director Client Program Management von CWT Switzerland, erkundete die Gegend um Porto. Hier kommen seine Tipps.

Porto, die nordportugiesische Weinmetropole, ist per Direktflug von Zürich aus erreichbar. Die historische Stadt liegt malerisch an der Mündung des Douro in den Atlantik. Wer von hier aus Richtung Nordwesten fährt, lernt Portugal von seiner ursprünglichen, authentischen Seite kennen. Die Route ist besonders kulturell und architektonisch interessant, aber auch unter dem Motto „Wine and Dine“. Sie führt durch eine abwechslungsreiche Landschaft mit typischen Dörfern und gemütlichen kleinen Städten.

Stilvoll übernachten

Ganz besonders stilvoll übernachtet man in den Pousadas. Das sind ehemalige Residenzen, Klöster oder herrschaftliche Häuser, die restauriert und in einzigartige Hotels verwandelt wurden. Wie das alte Augustinerkloster der Welterbestadt Guimaraes oder der

Palast von Braga, einer Stadt mit prächtigen Barockkirchen. Empfehlenswerte Reisemonate sind Mai/Juni, in der ruhigen Nebensaison mit mildem Klima. ■

Les bons plans de Claudio Trapletti pour le nord du Portugal

Claudio Trapletti, Director Client Program Management chez CWT Suisse, a exploré la région de Porto. Voici ses conseils :

Porto, la métropole du vin au nord du Portugal, peut être rejointe par un vol direct au départ de Zurich. La pittoresque ville historique est située au bord de l'Atlantique, dans l'estuaire du Douro. En prenant la route vers le nord-ouest, on découvre une région très authentique du Portugal. Cette route est particulièrement intéressante d'un point de vue culturel et architectural, mais se prête également au « Wine and Dine ». Elle traverse un paysage varié avec des villages typiques et de petites villes tranquilles.

Hébergement avec style

Une ambiance particulièrement stylisée peut être trouvée dans les Pousadas. Ce sont d'anciens couvents, résidences ou maisons de maître qui furent restaurés et transformés en hôtels extraordinaires, comme par exemple le couvent des Augustins à Guimarães, ville classée patrimoine mondial de l'Unesco, ou le palais de Braga, une ville possédant de magnifiques églises baroques. La meilleure période de voyage est aux mois de mai et juin, permettant de profiter d'un climat doux tout en évitant les foules de la haute saison. ■



Home of port wine: vineyards in the Douro valley

Why choose Virgin Atlantic Upper Class?

Connect to Virgin Atlantic via London to over 30 long haul destinations worldwide, and introduce yourself to a flying experience that's far more than just a great flight.



The Upper Class Suite sets a new standard in business travel. You can relax in the gloriously comfortable purple leather seat, where there's plenty of space for work, or you can lie back and enjoy up to 300 hours of on demand entertainment.



With the Freedom Menu, you can eat what you want, when you want, and the unique suite design means you can even invite someone to dine with you. If you fancy a nightcap, you can take a seat at the well stocked onboard bar and socialise with other passengers and crew.



When it's time for bed, at the touch of a button, your seat flips over to become one of the longest fully flat beds in business class, and the world-class crew will even serve you breakfast in bed before your flight lands.



Once you land, your complimentary chauffeur driven car will be ready and waiting to drop you off at your final destination, refreshed and ready for whatever the day has in store.*

Information and bookings at your CWT travel agency.

* The chauffeur driven car service is available at most destinations and with most Upper Class Fares. Restrictions apply.

Virgin Atlantic Upper Class.

Practical travel tool

Functional and unique: flannel shirts

Even if summer in Portugal tends to be dominated by high temperatures – it can still sometimes get cool in the evening or in the mountains. It is therefore useful that the country has its own typical clothing for such cases: the flannel shirt, for example. “Portuguese flannel” became world famous when Portuguese weavers used a teasel – a particularly prickly kind of thistle – to rough up the smooth cotton fabric. This makes the material particularly soft and also warm – due to the creation of an even pile, in which the enclosed air produces a cozy warmth. Flannel shirts can be purchased from Babista, for example, from 39.95 CHF. ■

Speziell und funktionell: Flanellhemden

Auch wenn die Sommer in Portugal eher von höheren Temperaturen geprägt sind – abends oder in den Bergen kann es schon einmal kühl werden. Wie gut, dass es da landestypische wärmende Kleidung gibt wie beispielsweise das Flanellhemd. Der „portugiesische Flanell“ gelangte zu Weltruhm, als die portugiesischen Weber die Weberkarde – eine besonders kratzige Distelart – zum Aufrauen der glatten Baumwollstoffe verwendeten. Der Stoff ist dadurch besonders weich und ausserdem warm, weil eine gleich-

mässige Flordecke entsteht, in der eingeschlossene Luft für wohlige Wärme sorgt. Flanellhemden gibt es z. B. bei Babista ab 39,95 CHF. ■

Spéciales et fonctionnelles: les chemises en flanelle

Même si les étés portugais sont en général marqués par des températures élevées – le soir ou en montagne il peut quand même faire frais. Heureusement il existe des vêtements chauds typiques du pays, comme par exemple les chemises en flanelle. La « flanelle portugaise » se fit une réputation mondiale lorsque les tisseurs portugais commencèrent à utiliser une carde – une espèce de chardon particulièrement râpeux – pour brosser les tissus en coton lisses. Le tissu devient alors très doux et chaud, car il enferme une couche d’air isolante qui procure une agréable sensation de chaleur. Les chemises en flanelle sont disponibles p.ex. chez Babista à partir de CHF 39,95. ■

| www.babista.ch



| Flannel: warm and cosy

PREVIEW

So near yet so far

Sweden

Sweden is one of those countries we think we know – having grown up with its literary legends, cultural identity and export goods.

ABBA, IKEA and Pippi Longstocking. Boundless nature, clear lakes and dense forests – this is what we first think of in connection with Sweden even if we haven’t actually been there. And who, after having taken a trip to Sweden, has not wondered if elks really exist there – or are they just a figment of the tourism marketing’s imagination? In the next issue we will certainly find a few more reasons for traveling to the North. ■

Schweden

Schweden ist eines dieser Länder, das man zu kennen glaubt. So vertraut sind uns literarische Helden, kulturelle Eigenheiten und Exportartikel.

ABBA, IKEA und Pippi Langstrumpf. Endlose Natur, klare Seen und tiefe Wälder – das verbinden wir spontan mit Schweden, selbst wenn wir selbst noch nicht dort waren. Und wer, der schon einmal eine Schwedenreise unternahm, hat sich noch nicht gefragt, ob es dort wirklich Elche gibt – oder sie vielleicht doch nur eine Erfindung

Perfect Swedish idyll: lots of water, vast landscapes and pretty houses



des Tourismusmarketings sind? In der nächsten Ausgabe werden wir bestimmt noch ein paar mehr Gründe für eine Reise in den Norden finden. ■

La Suède

La Suède fait partie des pays que l’on croit connaître, car ses personnages littéraires, ses particularités culturelles et ses produits d’exportation nous sont si familiers.

ABBA, IKEA et Fifi Brindacier. Nature immense, lacs clairs et forêts profondes – ce sont les images qui surgissent spontanément lorsqu’on pense à la Suède, même si l’on n’y a jamais été. Et qui parmi ceux ayant déjà entrepris un voyage en Suède ne se sont pas demandé s’il y existe vraiment des élans ou s’ils ont peut-être été inventés par les promoteurs du tourisme ? Dans la prochaine édition nous trouverons certainement encore d’autres bonnes raisons pour visiter ce pays du nord. ■



Had a brainwave today?

How ideas become innovations

| *Great ideas don't fall from the sky*

A company that fails to develop new products or services on a permanent basis goes under sooner or later. But how is it done – this constant innovation?

When Alexander Fleming returned to his laboratory after his summer holiday, he discovered something annoying: one of the culture plates that he had prepared with staphylococci bacteria before the holiday had become moldy – and the staphylococci had sadly not multiplied. The rest is history: Alexander Fleming named it penicillin, the bacteria-fighting substance that he could produce from a nutrient broth solution. A spectacular innovation that happened purely by chance.

Don't leave anything to chance!

But normally, ideas do not drop from heaven which is why companies need to systematically plan, steer and monitor innovations if they want to be innovative. Companies as a whole, but also team or department heads can do the following:

Give yourselves space and think out of the box!

Google is a good example and allows its staff to spend ten percent

of their paid working time following their own personal interests. The fact that one of the Google employees was lawfully permitted to pursue his satellite pictures hobby at work resulted in the birth of Google Earth. See that you have a culture in your company or department that is open to encourage the creation of ideas by, for example, including specialists from other industries: the view from outside is often much more helpful than all the many ideas inside. Also pay heed to apprentices, interns and dissatisfied customers – and awkward employees. It's worth it!

Make it easy for the ideas and nominate mentors!

Pages and pages of forms, inefficient communication channels, or months spent waiting for feedback – these are the kinds of obstacles that stand in the way of innovation. An ideas process should therefore be simple and understandable and a response should arrive within a reasonable length of time. The staff in ideas management view the ideas submitted, assess them and make connections – which is an essential contribution to ensuring that ideas really can become innovations. ■

Further reading: Nadja Schnetzler, *The Idea Machine. How ideas can be produced industrially*, CHF 40.20

Wie aus Ideen Innovationen werden

Ein Unternehmen, das nicht permanent neue Produkte oder Dienstleistungen entwickelt, geht irgendwann unter. Aber wie schafft man das – immerzu innovativ zu sein?

Als Alexander Fleming nach den Sommerferien in sein Labor zurückkommt, macht er eine ärgerliche Entdeckung: Eine der Platten, die er vor den Ferien mit Staphylokokken-Bakterien beimpft hatte, ist schimmelig geworden – und die Staphylokokken hatten sich leider nicht weitervermehrt. Der Rest ist Geschichte: Alexander Fleming nannte den Bakterien tötenden Stoff, den er aus dem Nährboden gewinnen konnte, Penicillin. Eine spektakuläre Innovation. Ganz zufällig entstanden.

Überlassen Sie nichts dem Zufall!

Doch normalerweise fallen Ideen nicht vom Himmel, daher müssen Unternehmen Innovationen systematisch planen, steuern und kontrollieren, wenn sie innovativ sein wollen. Unternehmen als Ganzes, aber auch Team- oder Abteilungsleiter können Folgendes tun:

Geben Sie Freiraum und blicken Sie über den Tellerrand!

Google macht es vor und erlaubt seinen Mitarbeitern, zehn Prozent ihrer bezahlten Arbeitszeit mit ihren ganz persönlichen Interessen zu verbringen. Dass einer der Google-Mitarbeiter seinem Hobby Satellitenbilder ganz offiziell am Arbeitsplatz nachgehen durfte, war die Geburtsstunde von Google Earth. Achten Sie auf ein offenes, ideenfreundliches Klima in Ihrem Unternehmen oder Ihrer Abteilung, beispielsweise durch branchenexternes Fachpersonal: Der Blick von aussen ist manchmal viel hilfreicher als alle Ideen von innen. Hören Sie auch auf Auszubildende, Praktikanten, unzufriedene Kunden – und unbequeme Mitarbeiter. Es lohnt sich!

Machen Sie es den Ideen leicht und ernennen Sie Mentoren!

Seitenlange Formulare, unklare Kommunikationswege, monatelange Wartezeiten auf ein Feedback – solche Hürden behindern Innovationen. Ein Ideenprozess sollte deshalb einfach und verständlich sein, und eine Rückmeldung sollte relativ schnell kommen. Verantwortliche für das Ideenmanagement sichten die eingereichten Ideen, bewerten sie und stellen Zusammenhänge her – ein unersetzlich wichtiger Beitrag dazu, dass aus Ideen tatsächlich Innovationen werden. ■

Tipps zum Weiterlesen: Nadja Schnetzler, *Die Ideenmaschine. Methode statt Geistesblitz – Wie Ideen industriell produziert werden.* Wiley VCH-Verlag, CHF 23,50

Comment transformer les idées en innovations

Une entreprise qui ne lance pas constamment de nouveaux produits ou services échouera tôt ou tard. Mais comment faire pour être sans cesse innovant ?

Quand Alexander Fleming retourna dans son laboratoire après les vacances d'été, il fit une découverte embêtante : une des plaques qu'il avait ensemencées en staphylocoques avant les vacances avait moisie – et les staphylocoques avaient arrêté de se reproduire. Le reste est entré dans l'histoire : Alexander Fleming donna à la substance bactéricide qu'il avait extraite de la plaque le nom de pénicilline. Une innovation spectaculaire que nous devons au hasard.

Ne laissez rien au hasard !

Normalement les idées ne tombent cependant pas du ciel. Pour être innovantes, les entreprises doivent donc systématiquement planifier, diriger et contrôler les innovations. Voici comment les entreprises ainsi que les chefs d'équipe ou de département peuvent favoriser les innovations :

Accordez de la liberté d'action et visez plus loin !

Google donne l'exemple et autorise ses collaborateurs à passer 10 % de leur temps de travail payé à poursuivre leurs intérêts privés. Un employé de Google passionné par les photos-satellites fit ainsi naître Google Earth. Favorisez un climat ouvert et propice aux idées dans votre entreprise ou votre département, par exemple en employant des professionnels provenant d'autres secteurs : un regard de l'extérieur peut parfois être beaucoup plus utile que toutes les idées issues de l'intérieur. Écoutez également les apprentis, les stagiaires, les clients insatisfaits – et les collaborateurs incommodes. Cela en vaut la peine !

Facilitez le développement d'idées et nommez des mentors !

Formulaires de plusieurs pages, voies de communication confuses, délais d'attente de plusieurs mois pour un feedback – ce sont des obstacles qui entravent les innovations. Les processus devraient donc être faciles et compréhensibles et un feedback devrait être donné dans un délai raisonnable. Les personnes responsables de la gestion des idées examinent les idées soumises, les évaluent et les mettent en relation avec la stratégie de l'entreprise – un travail indispensable pour que les idées puissent devenir des innovations. ■

En lire davantage : François Romon, *Management de l'innovation*, Editions universitaires, CHF 139,00

TAP Portugal – best connections to Brazil



11 new destinations in 2011

TAP Portugal is the leading Portuguese airline. Via the hub in Lisbon, the airline currently serves 70 destinations in over 30 countries. In addition to a large number of connections within Portugal, TAP operates flights to numerous European destinations, to 11 destinations on the African continent and to America. To Brazil alone, TAP Portugal flies up to 69 times a week from Lisbon to Brazil alone – giving the Portuguese airline the most extensive network from Europe to this South American country.

TAP flies 9 times a day in high season and 7 times a day in low season from Switzerland to Lisbon and Porto with excellent connections to the Algarve, Madeira and the Azores.

From June 2011 TAP will be extending its network with a total of 11 new destinations: Vienna, Dusseldorf, Manchester, Dubrovnik, Athens and Bordeaux in Europe; São Vicente, Bamako, and Accra in Africa; Miami in the U.S.A and Porto Alegre in Brazil.

11 neue Destinationen 2011

TAP Portugal ist die führende portugiesische Airline. Über das Drehkreuz Lissabon fliegt die Fluglinie zur Zeit 70 Destinationen in über 30 Ländern an. Neben vielen Verbindungen innerhalb Portugals führt TAP Flüge zu zahlreichen europäischen Destinationen, zu 11 Zielen auf dem afrikanischen Kontinent und nach Amerika durch. Allein nach Brasilien fliegt TAP Portugal von Lissabon bis zu 69-mal wöchentlich – somit unterhält die portugiesische Airline das dichteste Netz an Flugverbindungen von Europa in das südamerikanische Land.

In der Hochsaison fliegt die TAP jeweils 9-mal und in der Nebensaison 7-mal pro Tag ab der Schweiz nach Lissabon und Porto mit besten Verbindungen in die Algarve, nach Madeira und den Azoren.

Ab Juni 2011 erweitert die TAP ihr Streckennetz mit insgesamt 11 neuen Destinationen: Wien, Düsseldorf, Manchester, Dubrovnik, Athen und Bordeaux in Europa; São Vicente, Bamako und Accra in Afrika; Miami in den USA und Porto Alegre in Brasilien.

11 nouvelles destinations en 2011

TAP Portugal est la principale compagnie aérienne portugaise. La compagnie dessert 70 destinations dans plus de 30 pays via le hub à Lisbonne. En plus de ses nombreuses connexions au Portugal, TAP dessert aussi des destinations européennes ainsi que sur les continents africain et américain. Rien que pour le Brésil, TAP vole au départ de Lisbonne jusqu'à 69 fois par semaine – de ce fait la compagnie aérienne portugaise a le plus vaste réseau de correspondances entre l'Europe et ce pays sud-américain.

TAP opère 9 vols par jour en haute saison et 7 en basse saison au départ de la Suisse à destination de Lisbonne et Porto avec d'excellentes connexions pour l'Algarve, Madère et les Açores.

À partir de juin 2011, TAP agrandira son réseau avec un total de 11 nouvelles destinations : Vienne, Düsseldorf, Manchester, Dubrovnik, Athènes et Bordeaux pour l'Europe ; São Vicente, Bamako et Accra pour l'Afrique ; Miami pour les États-Unis et Porto Alegre pour le Brésil.



CWT Competition - CWT-Gewinnspiel - Gagnez avec CWT

Take part in our competition! You could win 2 Economy Class return tickets from Zurich or Geneva to Lisbon or Porto.

Nehmen Sie an unserem Gewinnspiel teil! Wir verlosen 2 Tickets in der Economy-Klasse von Zürich oder Genf nach Lissabon oder Porto und zurück.

Participez à notre concours ! Nous tirons au sort 2 billets aller retour en classe économique de Zurich ou Genève à Lisbonne ou Porto.

1. What does the abbreviation TAP stand for?

Wofür steht die Abkürzung TAP?

Que signifie l'abréviation TAP ?

2. Which airports does TAP serve in Portugal (mainland)?

Welche Flughäfen in Portugal (Festland) fliegt die TAP an?

Quels sont les aéroports au Portugal (continent) que TAP dessert ?

3. Which are the three new TAP destinations in Africa?

Welches sind die drei neuen TAP-Destinationen nach Afrika?

Quelles sont les 3 nouvelles destinations TAP en Afrique ?

Photocopy the coupon, fill in your answers and fax by March 28, 2011 to:

Kopieren Sie den Coupon, beantworten Sie die Fragen und faxen Sie uns die Lösung bis zum 28. März 2011 an:

Recopiez le bulletin, répondez aux questions et faxez la solution jusqu'au 28 mars 2011 au :

044 273 57 58

Name · Name · Nom

First name · Vorname · Prénom

Company name · Firma · Entreprise

Department · Abteilung · Département

Street · Strasse · Rue

Code/City · PLZ/Ort · NPA/Localité

Phone · Telefon · Téléphone

E-mail · E-Mail · E-mail

CWT agency · CWT-Agentur · Agence CWT

The winner of the competition in the CWT Connect Magazine 4/2010 issue: Marion Haap of UEFA in Nyon has won 2 tickets for an Air France flight in the Premium Voyageur cabin from Switzerland to New York. **Congratulations and enjoy your trip!**

Die Gewinner des Gewinnspiels der Ausgabe CWT Connect Magazine N° 4/2010: Marion Haap von der UEFA in Nyon hat 2 Tickets mit Air France in der Premium-Voyageur-Klasse von der Schweiz aus nach New York gewonnen. Herzlichen Glückwunsch und schöne Reise!

Gagnants du concours de l'édition CWT Connect no. 4/2010 : Marion Haap d' UEFA à Nyon a gagné 2 billets pour un vol Air France en classe Premium Voyageur de la Suisse vers New York. **Nous la félicitons et lui souhaitons bon voyage !**

Flying economy overseas?



Upgrade to the brand new Comfort Class, upgrade your comfort.

NEW COMFORT CLASS



More than 1 meter of leg-room.



Personalized entertainment screen.



Globally awarded cuisine

