

**Zeitschrift:** Hotel- + Touristik-Revue  
**Herausgeber:** Schweizer Hotelier-Verein  
**Band:** 100 (1992)  
**Heft:** 47

## Heft

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 20.08.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# touristik hotel + revue

DI E FACHZEITUNG FÜR  
HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

L'HEBDOMADAIRE POUR  
L'HOTELLERIE, LA GASTRONOMIE, LE TOURISME ET LES LOISIRS

## SVZ-Jubiläum

### Bundesrat Ogi als Promotor?

Zur 75-Jahr-Feier der Schweizerischen Verkehrszentrale versammelten sich im Nationalratssaal Vertreter aller Spitzenorganisationen und Partner aus der Tourismusbranche sowie Politiker aus allen vier Landesteilen.

Bundesrat Ogi liess keine Zweifel offen, dass der Tourismus bzw. das «Verkaufen der Schweiz im Ausland seine Domäne ist. Schon als Skiverbands-Direktor habe er 1965 versucht, den Skisport

für die Landeswerbung zu nutzen, «damals noch ohne Käse», wie er sogleich anfügte. Heute geht sein Einsatz für das Ferienland Schweiz so weit, dass er bei jedem Ministergespräch von der Schönheit seiner Heimat schwärmt – oder diese seinen Ministerkollegen gleich in natura vorführt. Freilich auch mit anderen Hintergedanken, wie im Falle der Neat. Auch wenn Ogi im nächsten Jahr als Bundespräsident die Schweiz nicht verlassen darf, so war man sich bei den Gästen doch einig, dass Ogis Präsidentenschaft dem Image der Schweiz als Fe-

rienland und somit dem nationalen Tourismus nützen wird.

Mit Verwunderung bis Unmut wurde dagegen vermerkt, dass ausgerechnet der wichtigste SVZ-Partner im Ausland, die Swissair, am Jubiläum wie auch an der SVZ-Vorstandssitzung fehlte. Langgediente Vorstände hatten den Eindruck, die nationale Fluggesellschaft schreibe in Anbetracht ihrer internen Schwierigkeiten die Partnerbeziehungen nicht mehr sehr gross. Eine Swissair-Sprecherin gab als Grund für die Absenz Ferienabwesenheiten an. **Seiten 2 und 19**

## Käse und Landeswerbung



### Kein Stück Käse zu gross für Gold

Die Schweizer Skinationalmannschaft wird dieses Jahr zum ersten Mal vom Schweizer Käse gesponsert. Professionell in einer perfekten Werbeaktion aufgemacht, wie man das von der Käse-

union gar nicht anders gewohnt ist. Aber: Was hält die Schweizer Fremdenverkehrsbranche vom «Käse»? Muss sich der arme Bruder Tourismus (31 Millionen Franken Bundessubven-

tionen) bei seiner reichen Schwester Käseunion (500 Millionen Franken) bedanken? *(Bild Käseunion)*

**Seiten 3 und 15**

## Europa neunziger Jahre

### Touroperating in Zukunft

Wie wird in den neunziger Jahren das Geschäft mit den Veranstalten von Reisen geprägt sein? Während viel über die Luftfahrt geschrieben wird, spricht man wenig vom Reisepaket, vom Touroperating.

Gerade rechtzeitig für den World Travel Mart in London hat The Economist Intelligence Unit (EIU) eine Studie über das Reiseveranstaltergeschäft der neunziger Jahre publiziert. Demnach werden bis zum Jahr 2000 die deutschen Touroperators (TOs) in Europa dominieren. Nachfrageseitig gelten die Schweizer Konsumenten bereits jetzt (noch?) als Hochqualitätskundschaft, deren Wünsche heute die Wünsche vieler Durchschnittseuropäer von morgen sein werden.

Mit den drei Namen Kuoni (2,2 Mrd Fr. Umsatz), Hotelplan (1,1 Mrd Fr.) und Imholz (300 Mio Fr.) kommt die Schweiz veranstaltermässig etwa an zwei Drittel des Umsatzes des einen grossen deutschen Riesen TUI heran (rund 5,3 Mrd DM Umsatz). Dennoch spielt die Schweiz, gemessen an ihrer kleinen Bevölkerung, TO-mässig in Europa eine Rolle.

Sie wird also mitbetroffen sein, wenn gemäss EIU die neunziger Jahre noch mehr Übernahmen, strategische Allianzen und Mergers zwischen Veranstaltern unter sich und zwischen Veranstaltern mit Reisebüroketten, Airlines und Hotels bringen werden. Dass TOs in einem gesättigten Reisemarkt operieren, zeigen die Wachstumsprognosen, die, so EIU, nur für Südeuropa angemessene Raten erbringen sollen. Besonders des Spaniers Reiselust wird dabei von deutschen Paketstellern befriedigt werden.

Für hochentwickelte Reisearrangements zeige sich in Europa eine Entwicklung, wie man sie in der Schweiz bereits kenne (Umwelteinbezug, hohe Baukastenrate, hohe Individualisierung). Auch das zunehmende Durchschnittsalter des Kunden und die Vielfältigkeit der Wünsche gehören zur künftigen Nachfragestruktur europäischer TOs. Andererseits verhindern die weiterhin grossen Kulturunterschiede zwischen Europas Völkern einen simplen Export von Pauschalreisen in ein anderes Land. Einheitliche Europakete zum Verreisen wird es wohl auch in den neunziger Jahren nur wenige geben.

**Seite 7**

## Ergebnisse 92

### Jetzt hebt Kuoni ab

In den ersten neun Monaten des laufenden Jahres stieg der Kuoni-Konzernumsatz im Vergleich zur Vorjahresperiode um satte 18 Prozent auf 1,97 Milliarden Franken, wie die Kuoni-Leitung diesen Dienstag vor der Presse mitteilte. Kuoni Schweiz hat den Umsatz um neun Prozent auf 745 Mio Franken ausgeweitet. Allein im Touroperating vermochte Kuoni den Umsatz um 17,8 Prozent auf 284 Mio Fr. auszuweiten. Bei den bekanntlich gleich geliebten Verkaufspreisen für Reiseprodukte kommt das wohl einem grösseren Stück aus dem heimischen Veranstalterkuchen gleich. Kuoni International wies – nicht überraschend – höhere Wachstumsraten aus als Kuoni Schweiz. Im Incoming-Geschäft Schweiz wuchsen die Umsätze um 47 Prozent auf 196 Mio Fr.

**Seite 7**

## Après Infôtel 92

### Le bon choix en informatique

Les visiteurs d'Infôtel, lors de Gastro-nomia 92, à Lausanne, ont pu le constater: les produits informatiques destinés à l'hôtellerie et à la restauration sont plus nombreux et plus diversifiés. Des fusions et des regroupements vont certainement se produire dans les prochaines années parmi les sociétés concernées. Les produits restent néanmoins nombreux, presque trop. Pour l'hôtelier ou le restaurateur néophyte, le choix s'avère souvent difficile. La solution: commencer par une analyse très précise des besoins de l'entreprise. Des conseils peuvent être obtenus auprès du Centre informatique hôtelier de l'Ecole hôtelière de Lausanne.

Les utilisateurs potentiels doivent en effet être bien informés avant de prendre des décisions qui peuvent être coûteuses.

**Page 21**

## INHALT · SOMMAIRE

### HOTELLERIE · TOURISMUS

#### EWR: Pro und Kontra 4

Hoteliers nehmen Stellung: Gion Schwarz aus Disentis ist gegen einen Beitritt, Alex Pedolin aus Leukerbad dafür.

#### Best Western 5

Peter Hürlimann, neuer Geschäftsführer BWS, erläuterte in der *hotel + touristik revue* seine Strategien.

### TOURISTIK · FREIZEIT

#### Reiseagenten in Biel 9

Der Schweizerische Reisebüro-Verband trifft sich in Biel. Zu den üblichen Themen gesellt sich noch die Rezession.

#### Lufthansas Airbus 10

Der neue Kranich der Lufthansa hat einen langen Atem. Der Airbus wird im Langstreckenbereich eingesetzt.

### F&B · TECHNIK · MANAGEMENT

#### SIAL 1992 13

Auf der Nahrungsmittelmesse SIAL in Paris wurden Anzeichen einer Krise in der Lebensmittelindustrie sichtbar.

#### Whisky-Boom 17

Das Tragische am Whisky ist, dass eine Flasche für einen zuviel und für zwei aber zuwenig ist.

### HOTELLERIE · TOURISME

#### 75 ans, et après? 19

L'ONST a fêté son 75e anniversaire. Il ne lui reste plus qu'à attendre l'expertise commandée par le Conseil fédéral.

#### De Genève à Cannes 20

L'esprit de Genève souffle sur la Croisette. Une visite au nouveau Noga Hilton de Cannes illustre cette affirmation.

### SHV SSH SSA

#### Pessimistisch 23

Verschlechterte Ertragslage im dritten Quartal, pessimistische Erwartungen für das vierte: Der KOF-Bericht.

#### EHL 2000 23

L'Ecole hôtelière de Lausanne a présenté son projet définitif «EHL 2000». Un concept hautement européen.

Statt selber kaufen und waschen Hotelwäsche «leasen»!

**AARE**

AARE AG, Textil-Leasing  
Wildschachen, 5200 Brugg  
Telefon (056) 41 59 50/51

Ein Unternehmen der **harsco**-Gruppe  
31396/179500

**Rosen Thal**  
für die Gastronomie  
CH und FL exklusiv bei:

**Sternegg**  
Sternegg AG  
Silberwarenfabrik  
8201 Schaffhausen  
Tel. 053-25 12 91  
Fax 24 80 94  
Showroom: 8003 Zürich  
Manessestr. 10  
Tel. (021) 943 37 30  
Tel. 01-242 32 88

Mit **METTLER**  
portioniert =  
mehr Geld  
verdient

platzsparend  
einfache Bedienung  
robust  
rasch amortisiert

Die Gesamtlösung vom weltweit grössten Hotel-Software-Hersteller heisst:

**LANmark**  
- Front Office  
- Back Office  
- F & B  
- Sales, Catering, Bankett

Die neue Hotel-Software-Generation.

**Lodgistix®**

Sumpfstrasse 26, 6300 Zug  
Tel. 042-41 75 41, Fax 042-41 60 52



Schweizerische Verkehrszentrale SVZ

# Ein Jubiläum in schwierigen Zeiten

Die Schweizerische Verkehrszentrale steht vor einer schwierigen Aufgabe: Mit weniger finanziellen Mitteln sollen verlorengangene Marktanteile des Schweizer Tourismus zurückerobert werden. Die Strategie für 1993 lautet deshalb: Konzentration der Kräfte.

ANDREAS NETZLE

Der Jubiläumsfeier vom letzten Freitag im Nationalratsaal, wo am 30. November über den Bundesbeitrag für die SVZ entschieden wird, folgte die Vorstandssitzung im nahen Bernerhof. Der Bernerhof besitzt heuer für die SVZ gleiche Symbolkraft: Er ist einerseits der Sitz von Finanz- und Sparminister Otto Stich, andererseits als ehemaliges Hotel auch Zeuge vergangener touristischer Herrlichkeit.

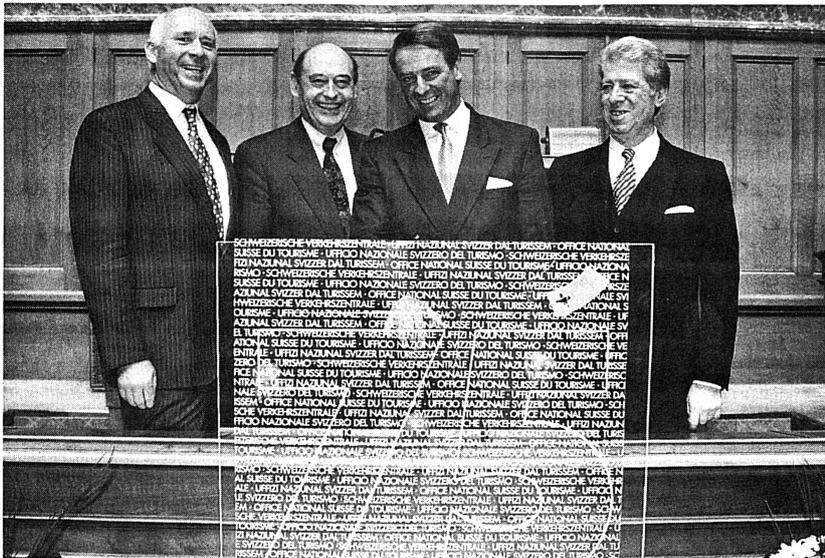
Direktor Walter Leu bezeichnete die Aussichten für den Schweizer Tourismus im nächsten Jahr als «nicht sehr rosig». In Nordamerika, Asien und Europa sei die wirtschaftliche Situation angespannt, die Konsumfrage deshalb gebremst. Als Tourismusland gehe es jetzt für die Schweiz verstärkt darum, «sich bemerkbar zu machen». Dies aber auch im Inland selbst, musste doch ein eigentlicher Einbruch bei den Übernachtungen von Einheimischen in der Schweiz verzeichnet werden.

Angesichts des engen finanziellen Spielraums der SVZ in den nächsten zwei Jahren will man die Kräfte auf einige Hauptmärkte konzentrieren. Für «Sonderwerbung in Deutschland, Frankreich, Italien und den USA» budgetiert die SVZ für 1993 2,5 Millionen Franken. Dies entspricht rund einem Fünftel der Gesamtausgaben für Eigenleistungen im Bereich der Werbung. Direktor Walter Leu betonte die Wichtigkeit dieser Massnahme selbst auf die Gefahr hin, sich damit verschulden zu müssen.

Markt von 100 000 auf 500 000 Franken wurde auch das Budget für die Marktforschung erhöht. Laut Vize-Direktor Peter Kuhn besteht hier ein «gewaltiger Nachholbedarf». Die SVZ wird das Jahresthema «Kultur und Kulturen im Herzen Europas. Die Schweiz» auch 1993 beibehalten – aus Spargründen, wie es offiziell heisst.

## SVZ rechnet mit 38 Millionen

Basis für das Budget 1993 sind die von der SVZ beantragten 38 Mio Franken Bundesbeiträge (bei einem Gesamtertrag von rund 50 Mio). Der Ständerat bewilligte bislang nur 31 Mio Franken. Die Nationalratskommission erhöhte den Betrag am 12. Oktober immerhin um den voraussichtlichen Teuerungs-



Im Nationalratsaal, wo sie 1917 aus der Taufe gehoben wurde, hat die Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ) am letzten Freitag ihr 75-Jahr-Jubiläum gefeiert. Bild (von links): Walter Leu, Direktor SVZ, Hans-Rudolf Nebiker, Nationalratspräsident, Bundesrat Adolf Ogi und Jean-Jacques Cevy, Präsident SVZ.

ausgleich auf 32,6 Mio Franken. Sollte der Nationalrat trotz der intensiven «Bearbeitung» seiner Mitglieder durch die Vertreter der Tourismusbranche die 38 Mio nicht bewilligen, tritt das «Krisenbudget» der SVZ in Kraft: Kürzung der Eigenleistungen um 2,3 Mio, d. h. Schliessung von Auslandsvertretungen; Wegfall der Rückstellungen für das Währungsrisiko von 1,84 Mio und ein Mehraufwand von 2,86 Mio entstanden z. B. mit der Aufnahme von Hypotheken.

## Sparpotential ausgeschöpft

Direktor Walter Leu trat der verbreiteten Meinung entgegen, man könne bei den Liegenschaften der SVZ-Agenturen noch mehr sparen. «Wir sind in ausländischen Städten zwar an guten, aber nicht teuren Lagen», betonte Leu. Auch das Personal sei nicht in alle Zukunft der «Puffer», um Kosten zu sparen. «Wir sind an der untersten Grenze angelangt», meinte Leu, «von jetzt an müssten Vertretungen geschlossen werden.»

Die Aufwendungen für Personalkosten sind im Budget 1993 gleich hoch wie in der Rechnung 1991. Dies konnte erreicht werden, weil das Personal von 230 im Herbst 1991 auf 204 Ende 1992 reduziert wurde.

ausweiskontrolle die Arosa-Bergbahnen, und zwölf Angestellte, die bisher an zwanzig Stationen die Fahrkarten oder Skipässe auf ihre Gültigkeit hin überprüft haben, und für die 240 000 Franken aufgewendet werden mussten, können damit eingespart werden. Ob dies in Zeiten einer immer mehr um sich greifenden Rezession wirklich so sinnvoll ist, muss ernsthaft bezweifelt werden. Aber der Vormarsch der Elektronik lässt sich offenbar nicht aufhalten. FS

## Basel

Seit Oktober gelten in den städtischen Museen von Basel massiv höhere Einzelpersonspreise. So erhöhte sich beispielsweise der Eintritt in das Kunstmuseum von bisher drei auf sechs Franken.

## Grussbotschaft an die SVZ



Klaus Lukas, Generaldirektor der Österreich Werbung

Zum 75jährigen Bestehen möchte ich aus Wien der Schweizer Verkehrszentrale in Zürich eine herzliche Grussbotschaft senden. Die Verbindungen zur SVZ sind sehr eng, nicht zuletzt durch meine persönliche Freundschaft zu Direktor Walter Leu. Oft mit denselben Problemen kämpfend, verbinden uns als Imageträger und Vordenker für den Tourismus unserer Länder viele Gemeinsamkeiten.

Ein regelmässiger Informationsaustausch im Rahmen der Trilateralen Konferenz, an der neben der Schweizer Verkehrszentrale und der Österreich Werbung auch die Deutsche Zentrale für

Tourismus und seit einigen Jahren auch das Landesverkehrsamt Südtirol teilnehmen, vertiefen die engen Beziehungen von SVZ und ÖW. Die ausgezeichnete Zusammenarbeit in der European Travel Commission und die gemeinsamen Werbeaktivitäten im Überseebereich sind weitere effizienzsteigernde Massnahmen, die aufgrund der engen Verflechtungen entstehen konnten. Von besonderer Bedeutung ist auch unsere Zusammenarbeit im Rahmen der Alpenraumwerbung, deren erfolgreicher Präsident Walter Leu ist. Ebenso werden und wurden im Nahbereich «rotweisse» Gemeinschaftsaktionen durchgeführt. So luden dieser Tage das Schweizer Verkehrsbüro und die Österreich Werbung in Frankfurt zu einer gemeinsamen Pressekonferenz ein. Auch für die Zukunft hoffe ich auf eine gute und freundschaftliche Zusammenarbeit.

Die Österreich Werbung mit ihren 37 Jahren blickt mit Ehrfurcht auf die erfahrene Schweizer Verkehrszentrale und wünscht nochmals alles Gute zu 75 erfolgreichen Jahren.

## Kommentar

### Evaluieren – aber richtig!

«Wir müssen ein Bild der Schweiz aufbauen, das uns von anderen Ländern abhebt», empfahl Bundesrat Ogi der massvoll jubelnden SVZ anlässlich ihrer Feierstunde im Parlament. Um aber diesen – oder jeden anderen – Auftrag erfüllen zu können, ist die Tourismuswerbung auf grössere finanzielle Mittel angewiesen. Bemerkenswert ist, dass es den Exponenten der SVZ noch jedesmal gelingen ist, die parlamentarischen Kommissionen mit ihren Präsentationen zu überzeugen und sie zumindest zu Kompromisslösungen zu bewegen. Offenbar hält das Konzept der SVZ der detaillierten Befragung durch die Kommissionsmitglieder – nicht aber der pauschalen Behandlung im Plenum – stand.

Könnte es sein, dass hier eine Informationslücke klafft? Dies allerdings wäre den Kommunikationsprofis von der SVZ anzulasten, welche sich erst jetzt, fünf Minuten vor zwölf, zu einer lobbyistischen Offensive aufraffen. Zu fragen wäre auch, warum bis jetzt nur hinter vorgehaltener Hand über die «Evaluation» geschimpft wird, von der sich der Bund einerseits Einsparungen, andererseits mehr Leistung von der SVZ erhofft.

Stellt man nämlich die 300 000 budgetierten Franken für die einjährige Untersuchung in Relation zum sehr umfassenden Gegenstand (Rationalisierungsmöglichkeiten, neue Geldquellen, Schaffung neuer Strukturen, Formulierung eines neuen Auftrages), dann merkt man bald einmal: das Geld ist auch hier zu knapp bemessen. Denn jede der zehn angefragten Consulting-Firmen müsste sich hauptsächlich auf die Angaben und das Know-how der SVZ stützen, wollte sie mit eigenen Recherchen das Budget nicht massiv überschreiten.

Trotzdem: Die SVZ hat allen Grund, die Evaluation zu begrüssen. Vielleicht sollte sie diese sogar noch finanziell unterstützen – das Geld wäre gut investiert. Denn einerseits ist ein 75jähriges Unternehmen nie vor gewissen Alterserscheinungen gefeit. Die Untersuchung könnte hier Alternativen zu heutigen Strukturen aufzeigen. Andererseits könnte eine fundierte Evaluation die Notwendigkeit von höheren Bundesbeiträgen objektiv und für alle nachvollziehbar belegen. Ein Unterfangen, das der SVZ bis jetzt nicht – oder nur im kleinen Kreis – gelungen ist. Andreas Netzle

## SWISSORAMA

### Graubünden

Mit der Key-Watch, die sportliche Armbanduhr und zugleich Skipass ist, wird ab der kommenden Wintersaison in Arosa die Benützung der Bergbahnen und Skilifte erleichtert. Nachdem die Key-Watch an den Hauptkassen der Arosa-Bergbahnen mit Skipassdaten «gefüllt» wurde, genügt im Skigebiet eine kleine Handbewegung zum Lesepunkt, in Sekundenschnelle wird der Skipass überprüft und das Drehkreuz öffnet sich. Es gibt aber auch einen Skipass mit Magnetstreifen, der in gleicher Weise funktioniert und bei dessen Erwerb man sich die Investitionen von gut hundert Franken in eine Key-Watch ersparen kann. 600 000 Franken kostet die Einführung der elektronischen Fahr-

Die sparbeflissenen Regierungsräte beschliessen aber auch, den traditionell kostenlosen Besuch der Museen am Sonntag zu streichen und nur noch am ersten Sonntag eines Monats den Gratis-Eintritt zu belassen. Mit diesen Massnahmen hoffen Basels Magistraten, die Einnahmen aus den Eintrittspreisen zu verdreifachen und jährlich 800 000 Franken mehr einzunehmen. Als Trostpflaster gibt es jetzt in der Rheinstadt neu den «Basler Museumspass» für Einzelpersonen und Familien. Für einen Tag kann eine Familie mit dem Pass für 40 Franken alle staatlichen Museen inklusive Sonderausstellungen besuchen (Einzelperson 20 Franken). Der Jahrespass kostet 90 Franken (Familien) und 60 Franken (Einzelpersonen). IA

### Ostschweiz

79 Einzelzimmer, 47 Doppelzimmer, 7 Suiten, Gourmet-Restaurant, Dorfbeiz, Bankettsäle, Kegelbahnen, Billardraum, Bar usw. – derart vielseitig präsentiert sich das Grand Hotel Hof Ragaz nach einer vierjährigen Bau- und Renovationszeit. Allein für den Neubau des Helenabad-Trakts wurden 800 Tonnen Stahl, 8000 m<sup>3</sup> Beton und rund 40 Millionen Franken gebraucht, bis der Flügel mit seinem luxuriösen Innenleben wieder stilgerecht stand. In Zusammenarbeit mit dem Amt für Denkmalpflege wurden aber auch das Hauptgebäude, das Fürstliche Palais mit Jahrgang 1774 sowie der Zwischentrakt mit Bankettsälen, Bar, Restaurant und Zimmern sorgfältig renoviert. Trotz den um-

fassen Bauarbeiten war der Hof Ragaz keinen einzigen Tag geschlossen. Am 1. September nun feierte man den Wegzug des letzten Bauhandwerkers. SS

### Zentralschweiz

Zur ersten Jahresversammlung und zur Gründung einer internationalen Gesellschaft trafen sich die Amici del Piemonte in Engelberg OW. Zweck dieser internationalen Gesellschaft ist die Förderung eines gezielten Kulturtourismus im westlichen Oberitalien, dem Piemont. Anton Lauber, Präsident der Gesellschaft, und René Müller, Inhaber des Reise- und Kulturförderungsunternehmens Idea Langhe, sprachen sich gegen ein Überrollen dieser idyllischen Landschaft durch den Massentourismus aus. TV

## KEYS ist neu!

Die bewährte Informatik-Hotellösung von Rebag Data heisst jetzt KEYS.

NEU sind die vier Varianten mit vielen individuellen Pluspunkten.

Von der einfachen und preiswerten PC-Lösung bis zum Alleskönner für Mehrplatzsysteme.



Try and rent! Mit Rebag Data AG, Albisstrasse 33, 8134 Adliswil, Tel. 01-710 71 10, Fax 01-710 11 47

REBAG DATA AG



FORUM

## Die Mehrwertsteuer lauert hinter der Tür



Knapp ein Jahr nachdem die Mehrwertsteuer (MWST) vom Schweizervolk abgelehnt worden ist, steht sie erneut zur Diskussion. Manch einer wird sich fragen, weshalb? Hier die Antwort: Die Wust (Warenumsatzsteuer) darf vom Bund nur noch bis im Herbst 1994 erhoben werden. Die vom Volk befristete Erlaubnis läuft dann ab. Nun müssen die Schweizer Stimmberechtigten darüber entscheiden, ob sie ein weiteres Mal die Wust-Besteuerung bewilligen oder gegebenenfalls die MWST einführen wollen. Der Unterschied liegt darin, dass die Wust nur die Ware besteuert, die MWST hingegen auch die Dienstleistungen. Die Schweiz ist zurzeit das einzige Land der westlichen Welt (OECD), welches auf eine Besteuerung der Dienstleistungen verzichtet.

Wird es dem Schweizer Gastgewerbe gelingen, noch einmal verschont zu bleiben? Wenn es nach dem Willen der beratenden Nationalratskommission geht, jedenfalls nicht. Bei einer Einführung der MWST hätte die Forderung nach einer Steuerbefreiung des gesamten Gastgewerbes kaum eine Chance. Wie kann man eine Steuerbefreiung des Kaffees rechtfertigen, wenn das Haarschneiden und die Beratung des Rechtsanwaltes der MWST unterstehen? Das Gastgewerbe hat nur dann eine Chance, wenn es gezielt für eine Steuerbefreiung seines Exportsegmentes kämpft.

Vom wirtschaftlichen Standpunkt aus gesehen, haben Übernachtungen in Hotels Exportcharakter. Aus diesem Grund setzt sich der SHV seit gut vier Monaten intensiv für eine Sonderlösung (Sondergesetz) ein. Wir sind zuversichtlich und rechnen mit der Unterstützung der Parlamentarier, vor allem derer aus den Bergkantonen. In den Berggebieten ist der Tourismus die einzige Exportindustrie.

Eine Steuerreform darf nicht nur auf dem Buckel der schwachen Regionen erfolgen. Die Schweizer Hotellerie leidet schon sonst genug unter Handicaps, die sich als Kosten auf die Hotelpreise niederschlagen. Eine MWST würde eine weitere Versteuerung mit sich bringen, dies ohne zusätzliche Leistungen für den Gast. Nicht nur die Hotelbetriebe selber, sondern auch die vielen Zulieferfirmen würde es dann hart treffen. Wollen wir das wirklich?

*Alberto Amstutz*  
 Alberto Amstutz  
 Präsident SHV

Werbung Käseunion

## Löcher im Käse speisen Tourismusquellen

Für die Skination Schweiz werden sich in der kommenden Wintersaison Käseleiber die Pisten hinunterstürzen: die Herren als Emmentaler, die Damen als Gruyère und der Nachwuchs als Sbrinz. Käseunion und Skiverband haben sich zu dieser originellen Werbeaktion zusammengerauft, um Swiss Cheese in aller Leute Mund zu bringen. Nun sollten sich, laut neuesten Studien, die Imagewerber der Schweiz als Tourismusland nicht mehr auf den ewig gleichen Pfaden bewegen. Kommen sich Tourismus und Käse in die Quere?

URS MANZ

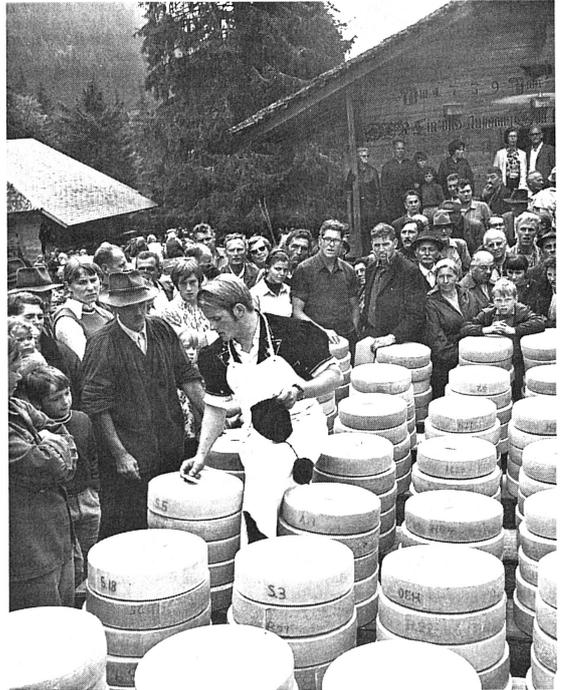
In seiner Studie zur Umpositionierung der Landeswerbemarke Schweiz, die er im Auftrag der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ) erstellte, fordert Stanley Plog, Unternehmensberater für Freizeit- und Destinationsindustrie in Kalifornien, unter anderem, dass die Alpen aus dem Zentrum der Landeswerbung in den Hintergrund gerückt werden müssen. Vorurteile betreffend Land und Leute würden nach dem Besuch der Schweiz eher noch untermauert, viel eher jedenfalls als bei unseren Konkurrenzländern.

Die falschen Werbeträger

Mit den allgemein als originell und witzig beurteilten Skianzügen der Schweizer Nationalmannschaft benutzen Käseunion und Skiverband nun genau eines dieser Vorurteile als Werbeshiene, eben den Käse. Geschickt? Für Peter Kuhn, Vizerektor der SVZ, liegt die Werbung der Käseunion nicht mal schief auf der Piste. Denn Plog fordere in seiner Studie nichts anderes als eine Werbung zum Thema Landschaft plus, eine Strategie, welche die SVZ schon seit drei Jahren verfolge. Grundsätzliche Bedenken meldet Kuhn zur Frage an, ob unsere Skikanonen als Werbeträger überhaupt geeignet sind: «Vor zwei Jahren kamen wir im Rahmen einer Untersuchung zum Wintersport zum Resultat, dass in der Schweiz der Bekanntheitsgrad unserer Skigrößen im Ausland eher überschätzt wird», stellt Kuhn ernüchtert fest.

Swiss Alpine Commission

Einverständnis mit den Folgerungen von Plog zeigt sich auch Chris Zübeli, Chef Internationaler Verkehr bei der SBB: «Die Schweiz sollte nicht unter dem Titel Alpen werben. Sie wird auch ohne den Zusatz Alpen ohnehin mit Alpenlandschaft identifiziert.» Dem Amerikaner, für diesen Markt verfasste Plog seine Studie, bedeutete der Begriff



Damit die Käseleiber auch künftig ihre Käufer finden, werben unsere Skiasse in der kommenden Wintersaison für die Schweizer Käseunion. Der Nutzen für den Schweizer Tourismus ist umstritten. Bild SVZ

Alpen nichts. Diese Tatsachen müsste auch die unter dem Vorsitz der SVZ stehende Swiss Alpine Commission berücksichtigen und darauf reagieren, empfiehlt der ehemalige SVZ-Mann. Die Werbung der Käseunion und der Schweizer Skinationalmannschaft empfindet er als opportun.

Müsste die kleine Schweiz im Ausland künftig koordinierter auftreten, so wie das Hanspeter Danuser, Kurdirektor von St. Moritz, anlässlich der Wirren rund um den Schweizer Pavillon in Sevilla gefordert hat? Waren es damals die Tourismusbranche und Bundesbehörden, wären es nun die Käseunion, der Skiverband und die Tourismusbranche, die zusammen ins Gespräch kommen müssten. Bei der Swissair weist man darauf hin, dass besagtes Werbekonzept schon realisiert worden war, bevor die Studie von Plog veröffentlicht wurde. Zudem könne der Begriff Swiss Alps durchaus auch mit Inhalten wie Käse und Schokolade gefüllt werden.

Trotzdem: «Alle am Auftreten der Schweiz im Ausland interessierten Kreise müssen künftig noch enger zusammenarbeiten», fordert Peter Michel, der Direktor der SVZ in Deutschland, dem wichtigsten Auslandmarkt des Schweizer Tourismus. Michel beabsichtigt übrigens, eine ähnliche Untersuchung, wie Stanley Plog sie für die USA verfasst hat, für den Markt Deutschland in Auftrag zu geben. Ansonsten findet auch er die Werbung der Käseunion mit den Schweizer Skirennfahrern ganz witzig und originell, wenn er an die rasenden Käselöcher auf den Rennpisten der kommenden Weltcupseason denkt.

Stoppf der mit 500 Millionen Franken Bundesbudgetierten beglückte Schweizer Käse also indirekt die Finanzlöcher der mit voraussichtlich beabsichtigten 31 Millionen Bundesbudgetierten bedachten SVZ? Es könnte schon sein, dass der Käse dem Schweizer Tourismus ausländische Gäste an den Tisch bringe, gibt sich Peter Kuhn sibyllinisch.

Berner Oberland

## Schlechtes Resultat

Im Jubiläumsjahr 1991 registrierte das Berner Oberland gesamthaft 7,667 Mio Logiernächte, das sind 1,6 Prozent weniger als 1990. Damit hatte das Berner Oberland im Jubiläumsjahr das zweit schlechteste Resultat der letzten zehn Jahre zu verzeichnen.

Auf die Hotellerie entfielen 48 Prozent der Übernachtungen, 24 Prozent auf Chalets und Ferienwohnungen, 16 Prozent auf Gruppenunterkünfte und 12 Prozent auf Camping und Jugendherbergen.

Auf der Basis der schweizerischen Fremdenverkehrsbilanz sind die wirtschaftlichen Effekte dieser Logiernächte abzuschätzen. Die durchschnittlichen Gesamtausgaben je Gast beziffert die Statistik mit 150 Franken pro Tag, inklusive Unterkunft, Verpflegung, Ausflüge und Nebenausgaben. Die 7,667 Mio Übernachtungen lassen somit auf Gesamtausgaben der Gäste von schätzungsweise 1,15 Milliarden Franken schliessen.

Diese Ausgaben der Touristen ziehen aber weitere indirekte Umsätze nach sich; so kauft der Hotelier Brot beim

Bäcker usw. Verlässliche Zahlen zu diesem Multiplikatoreffekt fehlen aber bis heute; ganz grob geschätzt kann eine Verdoppelung der Umsätze angenommen werden.

Innerhalb der wichtigen wirtschaftlichen Position des Tourismus im Berner Oberland nimmt die Hotellerie nochmals eine herausragende Stellung ein: Sie stellt 20 Prozent der verfügbaren Betten, produziert damit 48 Prozent aller Logiernächte und erwirtschaftet gar 78 Prozent des direkten touristischen Umsatzes.

Das Berner Oberland konnte allerdings im vergangenen Jahr seinen Anteil von 10 Prozent am schweizerischen Tourismus nicht behaupten: Der Umsatz stieg zwar trotz den 1,6 Prozent weniger Logiernächten teurerungsbedingt um 4,1 Prozent an, dennoch trägt die Region nur noch 9,8 Prozent aller Logiernächte zum gesamtschweizerischen Total bei und musste gegenüber dem Vorjahr eine Einbusse von 0,4 Prozent hinnehmen. Zumindest für die Hotellerie zeichnet sich aber für die Sommersaison 1992 eine leichte Zunahme gegenüber dem Vorjahr ab, die definitiven Zahlen liegen jedoch noch nicht vor. pdr.

SVZ und Österreich Werbung

## Rotweisse Harmonie und alpine Gemeinsamkeiten

Mit «Grüezi» und «Servus» treten das Schweizer Verkehrsbüro und die Österreich Werbung in Frankfurt am Main gemeinsam vor die Tourismus-Presse. Harmonie war ange-sagt, ausgewogen präsentierten die beiden Teams ihre Angebote.

GEORG UBENAUF, FRANKFURT

Über 55 Reporter waren der gemeinsamen Einladung gefolgt; für sie gab es nebst Informationen auch ohrenwärmende Stirnbänder, bestickt mit Schweiz- und Österreichsymbolen. Peter Michel für die Schweiz und Klaus Stephan für Österreich betonten denn auch immer wieder die Gemeinsamkeiten: Berge, Schnee, die besondere Qualität der Feriengäste – und dass in beiden Ländern «das anmutigste Schriftdeutsch gesprochen» werde. Gemeinsam wurde auch der Begriff «Alpine Region» beschworen, unter dem man weltweit antreten wolle. Sicherlich würden die beiden Vertretungen in Frankfurt/

Main «nicht immer» gemeinsam auf- und antreten, aber: «Wir lassen uns nicht auseinanderdividieren», betonten beide.

Die Vertreter der Fluggesellschaften Swissair und AUA unterstürzten ebenfalls, wie weit die Gemeinsamkeiten bereits gehen: Ein Grossteil der Österreich-Anflieger reist über den Flughafen Kloten. Im Wechsel legten die beiden Alpenländer dann die Bilanzen der ersten Monate 1992 und die Programme für den Winter vor. Gegenüber einem Super-Vorjahr konnte Österreich noch ein minimales Plus verbuchen. Die Schweiz dagegen wird nach einem «glänzenden Winter» insgesamt das Ergebnis von 1992 nur «knapp halten» oder «mit einem Minuszeichen vor der Null» abschliessen können. Von den neuen deutschen Bundesländern hat die gesamte Alpine Region nicht übermächtig profitieren können. Die Schweiz verbuchte – bei insgesamt 16 Millionen deutschen Übernachtungsgästen – etwa eine Million «Ossis». Österreich erwartet, dass die deutschen Feriengäste insgesamt weniger Kurzreisen unterneh-

men werden und sich «auf eine Hauptreise pro Jahr konzentrieren» dürften.

«Sanfte» Winterangebote

«Sanfte» Winterangebote überwiegen in beiden Ländern. Österreich setzt auf Rodeln, Winterwandern, Eiserebnis auf fein getupztem See-Eis sowie auf «Saison-entzerrende-Massnahmen» wie «Sonnenschilau» im März und April. Die Schweiz propagiert Ballonflüge über dem Schnee, Show-Rafting, Skischulen für Blinde und «verträglich zusammengelegte Skigebiete».

Für den Sommer setzt Österreich verstärkt auf das Fahrrad. Mit Velobroschüren sollen Velowanderer für geführte und individuelle Touren gewonnen werden. Die Schweiz propagiert neue und alte «Wege der Schweiz»: «Römerwege», «Auf den Spuren der Jakobspilger», «Der grosse Wasserweg» und der «Weg der Schweiz» aus dem Jubiläumsjahr. Später, so Peter Michel, könnten noch ein «Textilweg», ein «Dichterweg» und ein «Uhren-Schokoladen-Weg» folgen.

Engelberg

## Countrymusik im Schnee

Musik auf und neben der Piste: Während zweier Wochen spielen im Januar Countrybands aus den USA und der Schweiz in Engelberg. Countrymusik im Bergrestaurant, im Hotel und im Dancing für «Cowboys» und «Cowgirls». pdr.

REKLAME

## BEHOGAST

SEIT 22 JAHREN BIETEN WIR VIEL UND NOCH MEHR!!!

INTERIEUR:

für Hotelzimmer, -suiten, -hallen, Restaurants, Bars, Cafés, Konferenzräume, Hotelmöbel, Accessoires, mobile Betten usw.

BANKETT:

TAVOQUICK – Falttisch-System Stapelstühle aus Holz und Metall Quicksteck – mobile Trenzflächen Buffetti – Isoliercontainer

SHOW:

Stageright – mobile Podeste, Bühnen, Tribünen, Rednerpulte, Bestuhlung

Wir beraten Sie gerne und senden Ihnen die gewünschte Dokumentation.

BEHOGAST OBJECTA AG

6948 Porza, Lugano  
 Telefon (091) 51 19 26  
 Fax (091) 52 17 12

WEINKLIMASCHRÄNKE

EUROCAVE™

HYPRO

Hypro AG, 6023 Rothenburg  
 Tel 041 / 53 81 33

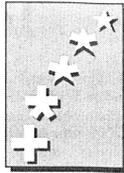
# Wo liegen Vor- und Nachteile für die Hotellerie?

## Kontra EWR



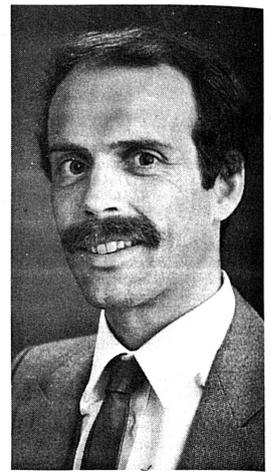
Der 52jährige Gion Schwarz ist Direktor des Viersternhotels La Cugagna in Disentis im Kanton Graubünden. Auf nationaler Ebene ist Hoteller Gion Schwarz Mitglied des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV). Auf kantonaler Ebene setzt sich Schwarz als Mitglied des Hoteliervereins Graubünden und als Präsident des Verkehrsvereins Disentis für die Belange der Hotellerie und des Tourismus ein. Gion Schwarz ist zudem Grossrat der CVP im Parlament des Kantons Graubünden.

Schwarz ist ein vehementer Gegner des EWR. Die Schweiz weise heute das höchste Bruttosozialprodukt in Europa aus, mit einer hervorragenden Schulbildung, einem guten Sozialnetz und einer guten Wirtschaft, unterstreicht er. Durch den Willen und den Fleiss der Bevölkerung hätten wir in den letzten Jahrzehnten unsere Schweiz geschaffen. Es sei nicht einzusehen, warum wir uns dem Moloch EG/EWR anschliessen sollten, meint er. Für die Schweiz sei dies eine Vergänglichkeitsidee, die für unsere Kleinräumigkeit nicht geeignet sei.



Am 6. Dezember wird das Stimmvolk über den Beitritt der Schweiz zum Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) abstimmen. Der Entscheid für oder gegen den EWR steht auf Messers Schneide. Noch gibt es viele Unentschiedene. Die Fronten gehen mitten durch Parteien und Verbände. Auch in der Schweizer Hotellerie gibt es heftige Gegner und vehemente Befürworter eines Beitritts zum EWR. Wir haben dem überzeugten EWR-Befürworter, Alex Pedolin, Hoteller in Leukerbad, und dem ebenso entschiedenen EWR-Gegner, Gion Schwarz, Hoteller in Disentis, dieselben sechs Fragen gestellt. Während Pedolin argumentiert, mit einem EWR-Beitritt würden die Schweizer Hotellers ihren Gästen weiterhin als weltoffen und nicht nur auf Eigennutz bedacht erscheinen, hält Schwarz EWR-Befürwortern entgegen, der EWR sei für die kleinräumige Schweiz nicht geeignet. *UM/r.*

## Pro EWR



Der 44jährige Alex Pedolin ist Direktor der Viersternhotels Maison-Blanche und Grand Bain in Leukerbad im Kanton Wallis. Für die Sache der Hotellers ist Alex Pedolin auf nationaler Ebene engagiert als Präsident der Kommission Volkswirtschaft und Zukunftsfragen des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV), auf kantonaler Ebene setzt sich Pedolin als Vorstandsmitglied des Walliser Hoteliervereins und als Präsident des Hoteliervereins Leukerbad für die Anliegen der Hotellers ein.

Hoteller Alex Pedolin empfiehlt seinen Kollegen, einem Beitritt der Schweiz zum EWR zuzustimmen: «Eine weltweite, sich den neuen Herausforderungen stellende Grundhaltung hat mich als Hoteller zum überzeugten Befürworter eines Beitritts der Schweiz zum EWR gemacht.» Mit einem Ja zum EWR würden die Schweizer Hotellers ihren Gästen auch weiterhin als weltoffen, nicht nur auf Eigennutz bedachte, glaubwürdige Gastgeber entgegenzutreten dürfen, gibt Alex Pedolin seinen Hotellerkollegen zu bedenken.

Zum Image der Schweiz kann gesagt werden, dass es vor allem durch die attraktive Landschaft, durch die Sicherheit, durch das vielfältige Angebot und die Freundlichkeit der Bevölkerung geprägt wird. Ein Nein zum EWR bedeutet nicht ein Abstehtehen, sondern ein Zeichen unserer Unabhängigkeit, ein Zeichen unserer Offenheit mit der ganzen Welt. Es ist für das Image der Schweiz sicher von Vorteil, wenn wir aufzeigen, dass es in Europa auch andere Möglichkeiten gibt als nur EG/EWR. Die Gäste suchen ja das Besondere, das Einzigartige. Wir können, wenn wir selbständig bleiben, unser Land weiterhin so gestalten, wie wir wollen, und dadurch für Europäer und für die ganze Welt zusätzlich an Attraktivität gewinnen.

Es besteht ein enger Zusammenhang zwischen dem Image eines Landes und seiner Attraktivität als Reiseziel. Welche Auswirkungen hat eine EWR-Teilnahme oder ein EWR-Abstehtehen auf das Image der Schweiz?

Eine gegenüber Europa wenig solidarische und egoistisch auf ihre Vorteile bedachte Schweiz muss mittel- und langfristig mit einem erheblichen Imageverlust rechnen. Eine daraus resultierende Diskriminierung würde der Schweizer Wirtschaft und insbesondere unserem Tourismus erheblichen Schaden zufügen. Als aussenstehender Sonderling werden wir, wenn überhaupt, uns den stark veränderten Rahmenbedingungen im europäischen Tourismusmarkt nur sehr schwer stellen können. Die Gegner gehen leichtsinnig und mit einer unverantwortlichen Blauäugigkeit davon aus, dass die EG weiterhin mit der Schweiz bilaterale Verträge eingehen wird. Die EG hat aber schon heute signalisiert, dass in diesem Fall keine weiteren Verträge mehr abgeschlossen werden.

Der freie Personenverkehr in seiner Gesamtheit hat für die Tourismusbranche gewaltige Auswirkungen. Wenn durch die Zuwanderung von Fachkräften in der Industrie und im Gewerbe die Löhne sinken, so vermindert sich die Kaufkraft, die insbesondere im Tourismus und in der Freizeitindustrie ausgegeben wird. Es entsteht eine ungesunde Konkurrenz, weil jedermann einen kleinen Gewerbebetrieb, eine kleine Gastwirtschaft, ein Bistro usw. eröffnen kann. Das Niveau im Gastgewerbe sinkt, da in sehr vielen EG-Ländern kein Fachausweis zur Betriebsführung notwendig ist.

Bei einem EWR-Beitritt werden die grössten Auswirkungen im Bereich der Personalrekrutierung und des Lohnniveaus erwartet. Wird auch die Tourismusbranche vom freien Personenverkehr profitieren?

In einem liberalisierten Arbeitsmarkt könnten wir unsere Mitarbeiter endlich wieder nach unternehmerischen Kriterien rekrutieren. Wir hätten die Möglichkeit, vermehrt auch qualifizierte Fachkräfte aus dem EG-Raum zu engagieren, was sich auch positiv auf unsere Leistungserstellung auswirken würde. Nur mit einer Verbesserung unserer Qualität werden wir dem erwarteten erhöhten Qualitätsbedürfnis im Tourismus gewachsen sein. Trotzdem sollten wir es nicht versäumen, durch attraktive Lohn- und Arbeitsbedingungen auch auf dem inländischen Arbeitsmarkt wettbewerbsfähig zu sein. Eine Nivellierung der Löhne wird in der Schweiz ebenso wenig eintreffen wie etwa in Deutschland. Dort wurden die Arbeitsbedingungen auch nicht denjenigen von Griechenland oder Portugal angepasst. Solche damit verbundene Wohlstandseinbussen würden auch nicht im Interesse des Tourismus liegen.

Das Saisonierstatut war für die Entwicklung der Randregionen und des Berggebietes von entscheidender Bedeutung. Es war für unser Land und für das Land der Betroffenen eine hervorragende Institution. Die Leute haben bei uns Geld verdient, es in ihre Länder transferiert und dort ihre kleinen Gewerbebetriebe, Hotellerie/Restauration aufgebaut. Man konnte mit diesem Statut verhindern, dass ganze Dörfer und Talschaften verödeten, ausstarben. Wenn das Saisonierstatut fällt, gibt es eine Flut von Zuwanderung. Ein Saisonier bringt durchschnittlich drei Personen mit, zusätzliche Wohnungen und Schulen werden in den Bergkurorten benötigt.

Der Tourismus ist für das Berggebiet ein Wirtschaftsfaktor von zentraler Bedeutung. Wie beurteilen Sie als Betroffene die im EWR vorgesehene Aufhebung des Saisonierstatuts nach einer Übergangsfrist von fünf Jahren?

Zweifellos werden das Berggebiet und die Randregionen auch in Zukunft auf saisonal angestellte Mitarbeiter angewiesen sein. Ein Problem könnte dadurch entstehen, dass die bereits laufenden grossen Investitionsprogramme der EG in unseren Rekrutierungsländern Portugal, Spanien und Süditalien in vermehrtem Masse Arbeitsstellen schaffen werden. Dadurch werden unsere Rekrutierungsprobleme zusätzlich erschwert. Diese Entwicklung entsteht jedoch, ob wir nun dem EWR beitreten oder nicht. Eine eigentliche Einwanderungswelle, wie sie auch wegen des erleichterten Familiennachzugs befürchtet wird, findet somit nicht statt. Im Gegenteil, da in gewissen Ländern nach Ablauf der fünfjährigen Übergangsfrist nicht mehr rekrutiert werden kann, wird es unumgänglich sein, den zweiten Kreis für osteuropäische Länder zu öffnen.

Die Aufhebung der Lex Friedrich ist in zweifacher Hinsicht von negativer Bedeutung. In den renommierten Ferienorten wird der Zweitwohnungsboom zunehmen. Der Boom wird aber vor allem in den Orten stattfinden, die heute keine Kontingente besitzen, also im Mittelland, Bodenseeraum, Fünf-Dörfer, Genferseebiet, Zürich und Aargau usw. (wo es für viele Ausländer attraktiv sein wird, Grundstücke und Häuser zu kaufen). Durch den freien Zugang von Gewerbetreibenden und die Aufhebung der Lex Friedrich wird der Druck auf Gewerbebetriebe, auf Restaurationsbetriebe, auf alle möglichen kleinen Fabrikationsbetriebe zunehmen, und die Immobilienpreise werden steigen.

Wird durch die Aufhebung der Lex Friedrich der «Ausverkauf der Heimat» gefördert? Genau aus diesem Grunde wurde ja in den siebziger Jahren die Beschränkung des Grundstückkaufs durch Ausländer eingeführt.

Beim genauen Analysieren dieses Problems kommt man unweigerlich zum Schluss, dass aus genügend Möglichkeiten zur Verfügung stehen, um einem befürchteten «Ausverkauf der Heimat» wirkungsvoll und EG-kompatibel vorzubeugen. Wenn man davon ausgeht, dass wir vor allem den Zweitwohnungsbau und die Bodenpekulation einschränken wollen, spielt es primär keine Rolle, ob die Zweitwohnung im Berggebiet von einem Zürcher oder einem Frankfurter erstellt wird. Mit raumplanerischen Massnahmen wie Vorschriften für Erstwohnungsanteile oder Bauzonen für Einheimische haben wir wirkungsvolle Instrumente, um die Nachfrage nach Ferienwohnungen generell zu steuern. Wie das Beispiel Dänemark zeigt, kann bei schwerwiegenden Störungen des Immobilienmarktes eine Schutzklausel angerufen werden, welche Beschränkungen des freien Verkaufs von Immobilien auch nach 1997 möglich macht.

Die Konkurrenzfähigkeit der Schweiz ist als Ferienland heute nicht in Frage gestellt. Unsere Preise sind im internationalen Vergleich mit Frankreich, Deutschland, Holland, Schweden, Norwegen an der untersten Skala. Wir waren gezwungen, in den letzten Jahren gewaltig zu rationalisieren. Der EWR-Beitritt wird die Produkte nicht verbilligen. Es hat sich in England gezeigt, dass der Druck durch die Konzerne, durch die importierten Produkte und Dienstleistungen ein grosser Nachteil für die Mittel- und Kleinbetriebe in allen Bereichen war. Durch einen EWR-Beitritt wird das Zinsniveau steigen, und dadurch werden die hohen Anlagelosten teurer. Ein totaler Wettbewerb ist auf lange Sicht negativ. Dieses Beispiel können wir in England und in Amerika verfolgen, wo man von dieser reinen marktwirtschaftlichen Idee Abstand nimmt.

Nach marktwirtschaftlichen Gesichtsen sinken bei zunehmendem Wettbewerb in EWR die Preise für Produkte, Arbeits- und Dienstleistungen. Verbilligt sich damit auch das Tourismusangebot in der Schweiz, und werden wir als Ferienland somit konkurrenzfähiger?

Durch die veränderten Rahmenbedingungen werden sich vor allem auch in grenznahen Gebieten neue, regionale Tourismusmärkte bilden. Das Touroperating wird sich durch Zusammenschlüsse einzelner Touroperators zu einigen wenigen grossen Tourismusunternehmen entwickeln. Vor allem in den Bergregionen muss die Hotellerie vermehrt mit den örtlichen Tourismusangeboten koordiniert werden. 80 Prozent unserer ausländischen Gäste stammen aus dem EWR-Raum. Bei einem Ja zum EWR werden wir diesen Gästen auch weiterhin als weltoffene, nicht nur auf Eigennutz bedachte, glaubwürdige Gastgeber entgegenzutreten dürfen.

Ich beurteile die Entwicklung der Hotellerie als positiv, wenn das Schweizer Stimmvolk nein sagt am 6. Dezember. Wir werden von dieser Agonie der letzten zwei Jahre befreit. Wir wissen, was wir zu tun haben, und können mit Initiative, Ideenreichtum und Schaffenskraft die Probleme der Zukunft anpacken. Es wird eine Freude sein, aufzuzeigen, dass es Alternativen gibt, dass es für ein Land, für eine Industrie Möglichkeiten gibt, mit Weltoffenheit zu bestehen. Und ich hoffe darum, dass die Hotellers den Mut aufbringen, nein zu sagen für die bessere Lösung.

Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Hotellerie in den nächsten zehn Jahren, falls sich Ihr Standpunkt am 6. Dezember 1992 durchsetzen wird?

Die Liberalisierung der Beschaffungsmärkte wird sich vor allem im Non-food-Bereich mit tieferen Kosten bemerkbar machen. Die im EWR-Vertrag vorgesehene Dienstleistungsfreiheit ermöglicht es den Schweizer Bauherren, Aufträge auch im EWR-Raum auszuschieben. Durch den verschärften Konkurrenzkampf werden die Preise für Bau und Renovationen günstiger. Gerade von dieser Tatsache erhoffe ich mir, dass die Schweizer Hotellerie die Möglichkeit haben wird, längst fällige Renovationen und die den Gästebedürfnissen entsprechenden Infrastrukturverbesserungen vorzunehmen. Somit hätten wir die Gelegenheit, zu unserer ehemals einmaligen Hotelqualität zurückzufinden und somit weiter konkurrenzfähig zu bleiben.

Peter Hürlimann, Geschäftsführer

## Konsolidieren statt Expansion

Seit fast 100 Tagen ist er im Amt, der neue Geschäftsführer der Best Western Hotels Schweiz, Peter Hürlimann, Nachfolger von Simon Bichsel. Wie er die Zukunft der Hotelgruppe Best Western sieht und wo er Prioritäten setzen will, legte er in einem Interview mit der hotel + touristik revue dar.

SUSANNE RICHARD

**Hr. Herr Hürlimann, Sie haben diesen Herbst recht kurzfristig von Mövenpick zu Best Western gewechselt, welches waren Ihre ersten Ziele nach Ihrem Eintritt im September?**

Peter Hürlimann: Ich habe mir zum Ziel gesetzt, bis Ende Jahr möglichst alle Betriebe und alle Hoteliers persönlich kennenzulernen und damit einen Überblick über die Gruppe zu gewinnen.

**Hr. Worin sehen Sie ihre Hauptaufgabe als Geschäftsführer?**

P. H.: Ich möchte in der Hotelgruppe eine Basis der inneren Stärke und des Vertrauens schaffen, so dass wir mit dem nötigen Gewicht gegen aussen auftreten können. Kein Produkt lässt sich vermarkten, wenn kein innerer Zusammenhalt bei der Produktion besteht.

**Hr. Glauben Sie, dass Best Western Schweiz heute eine optimale Grösse erreicht hat, oder scheint Ihnen eine weitere Expansion sinnvoll?**

P. H.: Unter den heutigen Voraussetzungen will ich kein Wachstum um jeden Preis; ich setze Qualität vor Quantität

und möchte Mitglieder, die sich mit der Gruppe identifizieren und sie aktiv mittragen. Wenige motiviert mitarbeitende Betriebe bringen einer Gruppe mehr als viele passive Betriebe. Als ganz grosses Plus erachten wir natürlich unsere Einbindung in eine weltweit tätige Hotelgruppe.

**Hr. Was würden Sie als die wichtigsten Stärken der Best-Western-Hotelgruppe bezeichnen?**

P. H.: Ein besonderer Pluspunkt ist, dass die Hotels alle individuell geführt werden. Statt Systemdenken können wir Atmosphäre bieten. Weitere Stärken der Gruppe liegen in deren Vielseitigkeit – vertreten sind sowohl Stadt- als auch Ferienhotels und 3-Stern- ebenso wie 5-Stern-Betriebe – und der guten geographischen Abdeckung der Schweiz durch unsere 85 Betriebe.

Zunehmend zu einer Stärke wird die im Aufbau begriffene Vernetzung der Betriebe, die bis Ende 1993 abgeschlossen sein soll. Die Möglichkeit, von einem Hotel aus das nächste zu buchen, wird in Zukunft immer wichtiger werden.

**Hr. Welche Schwächen der Hotelgruppe müssen Sie in Zukunft bekämpfen?**

P. H.: Wir sind auf dem Schweizer Markt eindeutig zu wenig bekannt. Ich möchte, dass unsere Gäste bewusst wahrnehmen, dass sie in einem Best Western Hotel logieren und dass so unser Bekanntheitsgrad gesteigert werden kann. Bisher mussten wir das Augenmerk hauptsächlich auf die Identifikation des Hoteliers mit unserer Gruppe richten. Mein Ziel ist zu vermeiden, dass ein zufriedener Gast das Hotel verlässt, ohne zu wissen, dass es ein Best-Western-Betrieb ist.

Wir müssen die Bearbeitung des Heimmarktes intensivieren. Wir haben noch nicht den Marktanteil, den wir haben könnten. Wir werden daher verstärkt an Messen auftreten und zusätzliche Kampagnen durchführen. Wir wollen näher zum Schweizer Geschäfts-, Konferenz- und Feriengast.

**Hr. Mit welchen Mitteln wollen Sie in Zukunft die Gäste vermehrt an die Gruppe binden?**

P. H.: Gut geeignet für eine bessere Bekanntmachung der Best Western Hotels scheint mir unsere Untergruppe der 18 Kongresshotels. An einem Kongress können viele Personen angesprochen werden, die Best Western noch nicht kennen.

Mit grossem Erfolg haben wir auch die Gold Crown Club Card für Vielreisende lanciert. Dem Klubmitglied wer-



Der Zuger Peter Hürlimann ist neuer Chef der Best Western Hotels. Bild: Htr

den für alle bezogenen Hotelleistungen Punkte gutgeschrieben, europaweit. Bei Erreichung einer gewissen Punktzahl können sie gegen Travellerschecks oder Geschenke eingetauscht werden. In der Schweiz haben wir schon 750 Klubmitglieder, 1993 sollen es 1500 sein.

**Hr. Wollen Sie die Stadt- und die Ferienhotels auch in Zukunft gemeinsam vermarkten, oder planen Sie eine klarere Verkaufsstrategie für die zwei unterschiedlichen Segmente?**

P. H.: Für Anfang Sommer 1993 ist dazu ein neues Produkt in Vorbereitung. Es soll allen Mitgliedern Impulse geben, aber schwergewichtig in der Ferienhotellerie zusätzliche Logiernächte bringen.

In Deutschland läuft eine derartige Aktion schon: Für den Wochenendtourismus werden in den Stadthotels mit Kultur verbundene Angebote und in den Ferienhotels mit Sport verbundene Angebote präsentiert.

**Hr. Der Hauptsitz Ihrer Gruppe ist in Nordamerika. Welche Bedeutung haben die Reservationen aus Nordamerika für die Schweizer Gruppe?**

P. H.: Die Buchungen aus Nordamerika sind sehr einseitig verteilt und betreffen natürlich schwergewichtig fünf bis sechs Schweizer Destinationen wie Interlaken, St. Moritz, Zermatt, Luzern, Zürich oder Genf. Rund 50 Prozent der gesamten Buchungen über die Zentrale stammen aus Übersee, dabei sind die Buchungen aus den USA im Steigen begriffen.

**Hr. Wo soll ein Hotelier heute Prioritäten setzen?**

P. H.: Ein Hotelier soll sich im Betrieb gleich verhalten, wie wenn er zuhause Gäste einlädt, dann verhält er sich meiner Ansicht nach richtig. □

Best Western Deutschland

## Sonne und Sorgenwolken

An der Jahrespressekonferenz in Norderstedt bei Hamburg teilte die Gruppe mit, sie habe ihr Ziel erreicht, noch vor Jahresende 1992 die Zahl der Best Western Hotels in Deutschland auf 100 zu erhöhen: Mit dem Best Western Delta Park Hotel in Mannheim wurde das runde Hundert für Deutschland erreicht.

GEORG UBENAUF, FRANKFURT

1992 wurden insgesamt 22 Hotelverträge mit neuen Mitgliedbetrieben der Drei- und Viersternkategorie unterzeichnet. Besonders expansiv war Best Western in den neuen Bundesländern. Allein hier wurden elf Hotels Kooperationspartner – sechs Häuser sind in Betrieb, fünf befinden sich in der Voreröffnungsphase.

Allerdings wurden an der Pressekonferenz auch besorgte Stimmen laut: «Obwohl Best Western in Deutschland gut gerüstet ist, sieht man der Zukunft mit etwas gemischten Gefühlen entgegen. Angesichts der schwieriger werdenden Marktlage» würden «zunehmend die Reisebudgets durchleuchtet und ge-

kürzt». Reservierungen aus Nordamerika sind deutlich rückläufig. Ausserdem erscheint beunruhigend, «dass in Deutschland ein Überangebot an Hotelkapazität im Entstehen ist – und zwar im Westen und noch stärker im Osten, dort allerdings mit einer Verzögerung von fünf Jahren». Bei Best Western befürchtet man daher «nervöse Überreaktionen», die zu einem ruinösen Preiskampf führen könnten, wie dies in Nordamerika, wo 70 Prozent aller Hotels in der Verlustzone wirtschaften, zu beobachten sei.

Kein neuer Markenname

Aufmerksam registriert man bei Best Western, wie grosse internationale Hotelgesellschaften aus dem schwieriger werdenden Fünfstermarkt ins mittlere und untere Preissegment drängen, «in welchen der Privathotelier bisher noch einermassen ungestört operieren konnte». Dieser wiederum suche nun als Konsequenz die Kooperation, zum Beispiel mit Best Western. Aus marktpolitischen Gründen wolle Best Western aber auch in Zukunft darauf achten, die Hotels nicht mit neuen Markenamen zu klassifizieren, um bei den Gästen keine Verwirrung zu stiften. □

Hotellerie Wien

## Hotelier des Jahres 1992

Der Direktor des Hotels Imperial Wien, Andreas Vögl, wurde vor kurzem zum Hotelier des Jahres 1992 gewählt.

Die Initiatoren dieser Auszeichnung, Georg Waldstein (Gewinn) und Michael Reinartz (Gault Millau) erläuterten die Kriterien, die zur diesjährigen Wahl führten.

Bereits in jungen Jahren wurde Andreas Vögl Direktor des ebenfalls zur Ciga-Gruppe gehörenden Hotels Bristol Wien. Seit März 1990 leitet er nun das «erste Haus der Republik Österreich», das Hotel Imperial mit den Restaurants Café Imperial und Majestät, sowie der berühmten Imperialtorte. pdr.

Mobility International

## Neuer Hotelführer für Behinderte

Mobility International ist daran, den neuen Hotelführer für Behinderte zusammenzustellen.

Diese wichtige Aufgabe wird im Rahmen des sozialen Auftrages und in Kooperation mit dem Schweizerischen Invalidenverband und der Schweizerischen Paraplegiker-Vereinigung wahrgenommen.

Die Hoteliers, die noch keine Antwortkarte erhalten haben, sind gebeten, sich bei Mobility International, Telefon 052/25 68 25 bis Mitte November zu melden. pdr.

## Persönlich

Der fünfzigjährige Zuger Peter Hürlimann ist verheiratet und hat zwei Söhne. Er hat die Hotelfachschule in Luzern absolviert. 1966 wurde er erstmals für Mövenpick in Genf tätig, später arbeitete er in deren Zentralverwaltung in Adliswil. 1969 wechselte er zu Hilton und eröffnete als Personalchef das Hilton Zürich Airport. Nach zwei Jahren in München kam er 1974 zurück nach Zürich ins Hotel International. Vier Jahre später übernahm er die Direktion im Hotel Belvoir Rüschlikon und führte dieses während 9 Jahren. 1987 leitete er für ein Jahr das Hotel Balance in Luzern. 1988 bis 1991 war er bei Mövenpick für die Mitarbeiterbelange in der Restaurantgruppe verantwortlich, bevor er 1991 als Area Manager für die Westschweiz zuständig wurde. SR

Hessen

## Umweltfreundliche Hotels

Die Zahl der vom Hessischen Fremdenverkehrsverband ermittelten Beherbergungsbetriebe in Hessen, die sich durch besonders umweltfreundliches Wirtschaften auszeichnen, ist in diesem Jahr weit mehr als doppelt so hoch als 1991. Erfüllten 1991 noch 75 Betriebe einen Minimal Katalog von Umweltforderungen, so konnte in diesem Jahr der HFV mit einer grossen Umfrage 185 besonders umweltverträglich wirtschaftende Beherbergungsbetriebe in Hessen herausfinden.

Zum zweiten Mal hatte der HFV in diesem Jahr seine bundesweit als beispielhaft geltende Umfrage zum Umweltbewusstsein in hessischen Hotels und Pensionen gestartet. Über 3500 Betrieben wurden dazu insgesamt 25 Fragen gestellt. Der HFV hebt als besonders erfreulich hervor, dass eine ganze Reihe von hessischen Beherbergungsbetrieben auch sehr kapitalintensive Massnahmen zur Einsparung von Energie ergriffen haben. So nutzen 95 Betriebe regenerative Energien wie Sonnenenergie, Windkraft oder Biogas. pdr.

## FLASH

Lidarina Hotel & Resorts hat ein neues Domizil in Horgen am Zürichsee. Seit 1. Oktober 1992 lautet die Adresse:

Lidarina Hotels & Resorts, Seestrasse 202, CH-8810 Horgen/Zürich, Tel. (01) 725 46 46, Fax (01) 725 42 30. pdr.

Romantik Hotels

## Mit Lücken in Zürich und Basel

An der vor kurzem in Chur abgehaltenen Herbstversammlung der Romantik Hotels & Restaurants Schweiz wurden mit dem Hotel Beau-Site in Saas Fee und dem La Maison du Prussien in Neuchâtel zwei neue Mitglieder in den Kreis dieser Hotel-Gruppe aufgenommen. Damit erhöht sich die Zahl der Romantik Hotels in der Schweiz auf 16 Betriebe.

«Wir wollen weiter wachsen», erklärt Georg Schraner (Krone, Gottlieben), der Präsident der Schweizer Gruppe der Romantik Hotels. Angestrebt werden 20 bis 22 Häuser, wobei man auf neue Mitglieder aus dem Raum Zürich, Basel, dem Jura und dem Welschland hofft, um die «Leerräume» in diesen Regionen ausfüllen zu können. Die Voraussetzungen, um in diese «Gilde» aufgenommen zu werden, sind nicht leicht zu erfüllen. Romantik Hotels müssen historisch gewachsene Gebäude sein, vom Inhaber persönlich geführt werden, sich durch eine sehr gute Küche und einen ausgesprochen freundlichen Service auszeichnen sowie eine gemütliche und komfortable Atmosphäre ausstrahlen.

Wilder Mann zu Best Western

Ein Leser sehr gut besuchten Herbstversammlung im Hotel Stern in Chur

musste das Ausscheiden des Hotels Wilder Mann in Luzern aus der Romantik-Hotel-Vereinigung zur Kenntnis genommen werden. Der Wilde Mann wird inskünftig der Best-Western-Gruppe angehören. «Wir bedauern es sehr, dass der Wilde Mann nicht mehr zu unserem Kreis gehört», versichert Georg Schraner.

Werbemassnahmen verstärken

Behandelt wurden an dieser Mitgliederversammlung auch Marketing- und Werbemassnahmen des kommenden Jahres. Mit einer Inseratenkampagne will man 1993 den Bekanntheitsgrad der Romantik Hotels beim Schweizer Publikum erhöhen. Diskutiert wurde auch die Herausgabe eines Prospekts mit allen 16 Romantik Hotels. «Wir wollen gerade in einer Zeit der Rezession unsere Werbemassnahmen nicht abbauen, sondern eher verstärken», so Präsident Schraner. «Alle Mitglieder sind gefordert, in dieser Beziehung in ihrem Umfeld tätig zu werden», hält er fest. Dem freiwilligen Zusammenschluss dieser ausgewählten Hotels gehören in elf europäischen Ländern sowie in den USA und Kanada mehr als 175 Betriebe an. Die Schweizer Romantik Hotels sind in dieser Vereinigung eine relativ kleine Gruppe, die ein Höchstmass an Selbstständigkeit besitzt und die ein enger Kontakt innerhalb der einzelnen Betriebe auszeichnet. FS

REKLAME

## Weltmeister Hangl gewinnt auch mit FIDELIO



Martin Hangl, Weltmeister im Super-G, gewann nicht nur an den Skiweltmeisterschaften in Vail/USA eine Goldmedaille. Auch im Hotel Post, Samnaun, gewinnt er mit FIDELIO/GADIS plus täglich das Vertrauen seiner Gäste. Er meistert alles, was mit dem Front- und Backoffice zusammenhängt und gewinnt Übersicht, Ordnung, Sicherheit sowie alle Daten, die für seine Entscheide als Hotelier wichtig sind.

FIDELIO Frontoffice und GADIS Backoffice plus vom Hotel-Spezialisten

ATAG INFORMATIK AG  
EIN UNTERNEHMEN DER GRUPPE ATAG, ERNST & YOUNG

Telefon: 01 815 30 00

Glatthbrugg, Basel, Bern, Gebenstorf, Langenthal, Lausanne, Luzern, St. Gallen



## Mehr als nur Platz zwischen den Sitzen

Ausreichende Beinfreiheit bieten viele Airlines. Wir auch. Vielleicht sogar noch ein bisschen mehr. Doch für uns ist vornfort mehr als nur der Platz zwischen den Sitzen.

Wir bieten Ihnen, was Sie nur bei Turkish Airlines bekommen können: Die legendäre Gastfreundschaft einer Jahrtausende alten Kultur. Sie werden es vom ersten Moment an spüren. Für uns ist Freundlichkeit kein Beruf. Wir sind so. Vielleicht fliegen deshalb immer mehr Menschen mit uns.



**TURKISH AIRLINES**

" We care more "

Air Canada/Continental



Hochzeitsdeal à l'américaine: Häschen und Ahornblatt. Continental Airlines, ohnehin schon unter Chapter 11, darf 450 Millionen Dollar erhalten, damit Air Canada Zugang zum USA-Markt bekommt. Hoffentlich können die Häschen auch rechnen... Bildtext

## Lahme zu Lahmen

Kaum war die angekündigte Hochzeit zwischen den beiden kanadischen Carriern Air Canada und Canadian Airlines International geplätzt, akzeptierte Continental Airlines die Offerte von Air Canada, mit einer Cash-Infusion von 450 Millionen Dollar einen Anteil von 27,5 Prozent zu erwerben. Einen Sturm der Begeisterung vermochte förmlich dieser Handel nicht zu entfachen.

CLAUDE CHATELAIN,  
NEW YORK

«Für Continental macht dieser Deal aus finanziellen und für Air Canada aus operativen Überlegungen Sinn», fasst Ray Neidl von der Wall-Street-Firma Furman-Selz den jüngsten Handel zusammen. Continental erhält eine Barprämie von 450 Millionen Dollar und Air Canada den Zugang zum verheissungsvollen USA-Markt. Der Houston-Carrier dürfte somit das Verfahren unter Chapter 11 des amerikanischen Konkursgesetzes bald hinter sich bringen.

### Ein erster Schritt

Es scheint allen klar zu sein, dass dieses jüngste Gebilde nur eine Übergangslösung sein kann. Oder wie es Tom Canning von Standard & Poor ausdrückte: «ein erster guter Schritt». In den vergangenen 23 Monaten, in welchen Continental unter dem Schutz des Konkursrichters wirkte, ist die Flotte nicht frischer geworden. Auch das Imageproblem macht es dem Carrier weiterhin schwer, die Gunst des zahlungskräftigen Business-travellers zu gewinnen.

Zur Lösung solcher Probleme reicht die jüngste Investition nicht aus – zu welcher übrigens neben Air Canada auch eine texanische Investorengruppe beiträgt. Air Canada ist selber hoch verschuldet und wird kaum weitere Millionen einschliessen können. Hinzu kommt, dass die Kanadier pro Tag rund eine Million kanadische Dollar verlieren. Dieser Geldabfluss soll zwar mit der jüngsten Kooperation und der Öffnung neuer USA-Märkte gestopft werden. Doch Air Canada fliegt weder nach Houston noch nach Denver, wo Continental starke Hubs kontrolliert. Sobald das nordamerikanische Freihandelsabkommen in Kraft tritt, ist den Kanadiern jeder USA-Gateway geöffnet. Dennoch wird noch eine Weile vergehen, bis Air Canada aus diesem Zusammenhang Profit schlagen kann.

### Mehr Allianzen – weniger Kosten

Kurz nach seinem Stellenantritt bei Air Canada hat Chief Executive Officer Hollis Harris – er war vorher in der gleichen Funktion bei Continental tätig – öffentlich dargelegt, wie die mittelgrosse kanadische Gesellschaft gerettet werden

kann: Man bilde Allianzen mit asiatischen, europäischen und US-amerikanischen Carriern. Man senke die Kosten und beende die zerstörerische Rivalität mit Canadian Airlines International. Zur Verwirklichung der beiden ersten Punkte befindet man sich auf bestem Wege. Eine vernünftige Kooperation mit Canadian Airlines blieb nach mehreren Versuchen ohne Erfolg.

### Wer greift zu?

Was ist aber mit Continental? Wäre der Houston-Carrier mit einer starken Bindung an einen europäischen Carrier nicht besser gefahren? «Oh, doch, aber man musste nehmen, was verfügbar war», so Ray Neidl. Er wäre aber nicht erstaunt, sollte Lufthansa zu einem späteren Zeitpunkt wiederum ins Geschehen eingreifen und mit diesen zwei Carriern eine gemeinsame Operation aufbauen. Lufthansa hat an Continental bereits ein Interesse angezeigt, doch scheint der Zeitpunkt aus mehreren Gründen nicht ideal gewesen zu sein. Andere Quellen sehen Air France als potentiellen europäischen Bruder. Und nochmals andere gehen davon aus, dass United ihre starken Arme ausstrecken und den zwei Carriern unter die Flügel greifen könnte. Sowohl mit Air France wie mit United Airlines hat Air Canada im laufenden Jahr Marketingabkommen abgeschlossen. Ferner gibt es auch Stimmen, die überhaupt niemandem zutrauen wollen, ein so verherrendes Abenteuer zu riskieren und in Continental zu investieren. SAS hat diesbezüglich ihre teure Lektion erhalten. Die vor vier Jahren getätigte Investition ist heute nichts mehr wert.

Was immer United mit Air Canada vorhaben könnte, hängt nicht zuletzt von den laufenden Verhandlungen zwischen American Airlines und Canadian Airlines International ab. Die zwei Carrier brüten wieder einmal über möglichen Formen der Zusammenarbeit – freilich nicht das erste Mal. Canadian's tägliche Verluste sind zwar nur etwa halb so hoch wie jene von Air Canada. Umgekehrt ist aber das Finanzpolster auch weniger dick. Beobachter vermuten, ohne rettende Kapitalinfusion werde die PWA Corp., Canadian's Holdinggesellschaft, um Nachlassstundung ersuchen müssen.

### Hoffen aufs Überleben

Eine enge Verbindung zwischen United und Air Canada respektive Continental Airlines dürfte heute aus wettbewerbsrechtlichen Gründen ausgeschlossen sein. In der sich schnell wandelnden Industrie kann morgen schon vieles anders aussehen. Und wie das amerikanische Wirtschaftsmagazin «Business Week» folgert, können Air Canada und Continental nur hoffen, dass sie auch morgen noch zu den Lebendigen zählen. □

Kuoni-Geschäftsjahr 1992

## Da wird sich Mütterchen Metro freuen

Kuoni-Aktionäre, besonders die neue Hauptaktionärin Metro, können wohl mit dem Ergebnis ihrer Reisetochter zufrieden sein, zu dem sie vorläufig noch selbst gar nichts beigetragen haben. 18 Prozent mehr Umsatz in den ersten neun Monaten, 64 Prozent mehr Cashflow: Da kann das neue deutsche Mütterchen Metro nur garmieren – Ex-Hauptaktionärin Swissair muss es hingegen registrieren.

RED./ROLF BÜHLER

Die schönen Zahlen zuerst: Der Kuoni-Konzernumsatz ist in den ersten neun Monaten 1992 gegenüber der Vorjahresvergleichsperiode um satte 18 Prozent auf 1,97 Milliarden Franken gestiegen, wies diesen Dienstag vor der Presse in Zürich mitgeteilt wurde. Der Gewinn, bekanntlich eine buchnhalterisch variable Grösse, kommt gar mit einer Steigerung von 105 Prozent auf 43 Millionen daher. Kuoni Schweiz hat den Umsatz um 9 Prozent auf 745 Millionen ausgeweitet.

### Erfolgreiches Touroperating

Und nun die Branchendetails: Kuoni Schweiz vermochte – immer in den ersten neun Monaten 1992 – die Umsätze im Touroperating um 17,8 Prozent auf 284 Millionen Franken auszuweiten. Mit etwas Interpretation heisst das, dass bei den bekanntlich ja gleichgebliebenen Reise-Verkaufspreisen in der Schweiz Kuoni sich ein grösseres Stück aus dem

heimischen Veranstaltermarkt hat schneiden können.

Nicht überraschend hält sich die Umsatzzunahme im Wiederverkauf in Grenzen: Nur 1,9 Prozent auf 315 Millionen Franken, wohlgerne nur der Wiederverkauf von Nicht-Kuoni-Produkten. Das Commercial-Geschäft weitete sich um knapp 6 Prozent auf 126 Millionen Franken aus. Die Geschäfts-

leitung vermerkte zum guten Ergebnis Schweiz: Unrentable Produkte seien eliminiert worden, die Einkaufspolitik härter ausgestaltet. Die Gemeinkosten hielten sich unter dem Budget, nicht zuletzt «dank» Personalabbau.

Für Ende 1992 soll das Ergebnis sogar «mehrere Millionen Franken über dem Budget liegen». Privatsafaris: Wegen der

Fortsetzung auf Seite 9

## Das Management im Originalton

«An der letzten Bilanz-Presskonferenz habe ich eine dreistellige Zunahme in Prozenten in Aussicht gestellt. Bis letzten September wäre dies auch eingetroffen. Aber die Währungssituation hat uns einen Strich durch die Rechnung gemacht.» (Peter Oes)

«Eigentlich sind viele von Ihnen ja gar nicht wegen diesen Zahlen hier, sondern wegen der neuen Besitzverhältnisse. Die Zusammenarbeit mit ITS kann ja nur dann nützlich sein, wenn sie beiden nützt, sonst ist es nur eine Arbeit (!). Das Echo von ITS auf unsere Vorschläge zur Zusammenarbeit ist immer noch ausstehend. Die Gespräche werden wahrscheinlich nicht mehr dieses Jahr beginnen: Eine mühsame Angelegenheit.» (Peter Oes)

«Die anvisierte Holdingstruktur geht nach wie vor von einer Stimmenmehrheit der Kuoni/Hugentobler-Stiftung aus. Für eine andere Variante

müsste ja unsere Gesetzgebung geändert werden.» (Kurt Heinger)

«Bei einer Mega-Kapitalerhöhung allerdings könnte die Hugentobler-Stiftung nicht mehr mitziehen.» (Kurt Heinger)

«Aussichten 1993: Sollte über dem 92er Ergebnis liegen.» (Peter Oes)

«Stellenabbau: Von den 1500 Mitarbeitern von Kuoni Schweiz werden wir per Ende Jahr 50 bis 70 Mitarbeiter weniger haben. Ungenügend rentierende Filialen werden geschlossen.» (Peter Oes)

«Trendmeldung Destinationen: Langstrecken im Aufwind für Asien, Australien und Mexiko. Stagnierend USA und Kanada. Kenia und Südafrika fallend. Mittelstrecken: Griechenland, Zypern und Tunesien, Ägypten (bis vor kurzem) im Aufwind, gleichbleibend Türkei, fallend Iberien.» (Kurt Heinger) RB/Red.

Veranstaltergeschäft in Europa

## Schweiz spielt markante Rolle

Die neunziger Jahre werden im europäischen Reiseveranstaltergeschäft geprägt sein von der Dominanz deutscher Unternehmen, von Firmenübernahmen, Wachstumsraten vor allem in Südeuropa und dem Eindringen branchenfremder Investoren. Die schweizerischen Konsumenten gelten dabei als Hochqualitätskundschaft, deren Wünsche im europäischen Reisemarkt Pioniercharakter haben.

ALEXANDER P. KÜNZLE

Wenn wir Schweizer auch politisch neuerdings recht europaskeptisch sind, obson unsere Unternehmen und damit unsere Arbeitgeber immer mehr von europäischem Kapital beherrscht werden, sind wir als Reisebürokunden der europäischen Reisebüro-kundschaft (noch) Jahre voraus. Für die neunziger Jahre prognostiziert die englische The Economist Intelligence Unit (EIU) in ihrer Studie zur europäischen Veranstalterbranche ausserdem mehr Mergers, Übernahmen und strategische Allianzen unter TOs und zwischen TOs und anderen Firmen als bisher, vor allem in der Schweiz, Frankreich und (Nord-)Italien.

### Katalogreisen ja, aber

Akzeptable Wachstumsraten im Touroperating werden gemäss EIU nur noch in Südeuropa zu finden sein, in Spanien, Italien, dann Portugal und Griechenland sowie in Mittelosteuropa. Besonders des Spaniers Reiselust dürfte dabei vor allem von deutschen Reisereisen befriedigt werden. Die grossen sogenannten gesättigten Reisemärkte im Norden Europas werden demgegenüber von vermehrten Kundenwünschen in Richtung Qualität erfasst – ganz nach dem Vorbild Schweiz.

Der Schweizer Kunde wird von EIU zusammen mit dem deutschen genannt, wenn es um hochwertigere Reiseprodukte geht: flexible Pakete, die schon aus verbraucherpsychologischen Gründen nicht als Gruppenreise angepriesen

werden, obwohl sie es in Wirklichkeit auch weiterhin sein dürften.

Europas Veranstaltermarkt dürfte in den neunziger Jahren vermehrt für branchenfremde oder zumindest branchenverwandte Eindringlinge attraktiv werden: Ob ausländische TOs, Hotelketten, Freizeitkonglomerate, Airlines oder Reisebüroketten, alle suchen im Veranstaltergeschäft zusätzliche Synergien und Ausgleich zu den zyklischen Schwankungen, die im Luftverkehr zum Beispiel 1991 ganz anders verliefen als im Operatinggeschäft. Investitionszwänge wie Computerisierung durch Reservierungssysteme oder rigide Konsumentenschutzgesetze haben auch bisher Neueindringlinge nicht vom Einstieg ins Reisebusiness abgehalten.

### Zwang zum Billigersein

Schweizer Reiseprofis klagen oft über die durchschnittliche Marge von nur ein bis zwei Prozent im inländischen Geschäft. Gemäss der englischen Studie erachten dies europäische TOs als normal für ein Produkt, das davon lebt, als Angebot eben immer billiger zu sein als ein vergleichbares, vom Touristen selbst zusammengestelltes Reisepaket! Renditen zwischen vier und fünf Prozent gehören zu den europabesten in der Branche.

Der Bericht betont, dass die wirkliche Profitabilität im Touroperating oft genug verschleiert wird durch komplexe Besitzstrukturen, wenig Bilanzoffenheit und gehäuftem Aktienbesitz in wenigen Händen. So gesehen sind wir in der Schweiz ein Musterbeispiel europäischen Durchschnitts. Unternehmensstrategien seien deshalb schlecht vorhersehbar.

### Paket-Umfeld

Das Kataloggeschäft könne, so die EIU, denausgus als Massenprodukt, als differenziertes Mittelklasspaket oder als hochspezialisiertes Nischenprodukt existieren, denn die «kritische Masse», die Grösse, sei nicht einziges Kriterium des Überlebens. Das Umfeld fürs Reiseoperating werde sich auszeichnen durch tiefere Wachstumsraten zumin-

dest bis 1995, durch ein zunehmendes Durchschnittsalter der Kundschaft (in Nordeuropa), durch vielfältigere Kundenwünsche, aber auch durch eine rezessionsresistente Nachfrage. Diese macht zwar die Reiseart und die Destination zur Budgetvariablen, aber nicht die Urlaubsreise selbst.

### Wenig Kulturharmonisation

Eines der Hemmnisse für eine Expansion zum Beispiel englischer TOs in Kontinentaleuropa, die kulturellen Eigenheiten nationaler Märkte, wird sich gemäss der Studie auch künftig nicht abbauen lassen. Dies begünstigt andererseits internationale TOs wie den Schweizer Hotelplan und den ex-Schweizer Kuoni. Die kundenspezifischen Reise- und Urlaubsgewohnheiten der Völker Europas werden also auch künftig die grossen Operators im Auflegen einheitlicher multinationaler Reisearrangements oder Pakete behindern.

### Keine sauberen Grenzen mehr

Andererseits wird das pure Operatinggeschäft durch zunehmende Querverbindungen zur Transport- und Beherbergungsindustrie verwässert. Vermittlung, Reservation und weitere Einzelschritte in der Produktion des Reisepaketes durchdringen sich wegen zunehmender Konkurrenz und gegenseitiger Finanzdurchdringung immer mehr.

### Markenloyalität

Auch das Reiseprodukt wird in Zukunft stärker mit Markenzeichen versehen werden, wie es die Nahrungsmittel- oder Getränkeindustrie schon seit Jahren vormacht. Man reist dann wohl viel mehr «mit Kuoni» statt «nach England». Dieser Trend ist vor allem für die Reiseagenten von Bedeutung, erstens als Verkaufsargument und zweitens in Form von Namensfranchisen für das eigene Büro-Office. Hier ist zur Studie wohl hinzuzufügen, dass mit steigender Markenfixierung der Kundschaft wohl vermehrt auch ein «Camel»- oder «Nestlé»-Reisepaket, geschürt von einem TO in seiner Eigenschaft als Tochtergesellschaft, denkbar wird. □

Northwest Airlines

## Das nächste Opfer?

Northwest Airlines erhält gute Nachrichten aus Washington: Der jüngste Deal mit KLM wird gutgeheissen. Das ist aber auch etwa das einzige, was Northwest zu erfreuen vermag, daneben gibt's nur Ärger. Die Finanzsituation ist derart angespannt, dass der Carrier weitere 565 Jobs streichen muss – davon 350 in den Managementetagen. Der letzte

Kredit von 600 Millionen Dollar ist bald erschöpft, ohne dass damit eine substantielle Verbesserung erzielt werden konnte. Sollte es Northwest bis Ende Jahr nicht gelingen, von Banken, Kreditoren, Aktionären oder Gewerkschaften zusätzliche Mittel aufzunehmen, drastische Konzessionen zu erlangen oder weitere Vermögensteile zu verkaufen, droht der Gesellschaft das gleiche Los wie vielen anderen Mitbewerbern auch:

«Chapter Eleven». Die gemäss Kapitel 11 des USA-Konkursgesetzes angestrebte Nachlassstundung würde dem Unternehmen eine grundlegende Reorganisation und Sanierung erlauben. In den letzten vier Jahren haben sechs Mega-Carrier – Eastern, PanAm, TWA, Midway, America West und Continental – von diesem Schlußpfad Floch gemacht müssen.

Malaysia/Sarawak

# Singapur ist Borneos Tor zur Welt

Unter Naturfreunden und Forschern aus Ost und West sind die malaysischen Bundesstaaten Sabah und Sarawak auf Borneo schon lange ein Geheimtip, doch erst in den letzten paar Jahren beginnt auch der internationale Tourismus dieses südostasiatischen Shangri-La zu entdecken. Nicht nur die immense Vielfalt der Fauna und Flora dieses ältesten Regenwalds der Welt lockt heute jährlich bereits Zehntausende ausländische Besucher an, sondern auch Sarawaks berühmte Langhäuser und mystische Dschungelvölker.

URS MÜLLER, KUCHING

«Unser jüngster Schlager sind ethnische Hochzeitstänze», lacht Gracie Manap, Verkaufsdirektorin des Holiday Inn Damai Beach, «besonders beliebt ist der Iban-Stil wegen seiner Buntheit und des Federschmucks!» Auch sonst folgt Sarawak in den 90er Jahren dem balinesischen Tourismusereignisrezept der ethnischen Exotikwerbung, das aber jetzt am Flugplatzmangel zu scheitern droht. «Seit den kürzlich Hotelöffnungen haben wir 1992 wohl genügend Zimmer», klagt Peter Müller, Generaldirektor des Holiday Inn Kuching, «doch ohne eine „Open Sky“-Politik nach dem Muster Bali wird die bisher gute Hotelbelegung fallen.»

## Direktflüge fehlen

Aus innenpolitischen Gründen beharrt der Staat aber auf dem interkontinentalen Flugmonopol der Malaysian Airlines System (MAS), weshalb ausser Kuala Lumpur bloss noch Malaysia Tourismushochburg Penang direkt aus aller Welt angefliegen wird. «Dieser Mangel an direkten Langstreckenflügen limitiert Sarawaks Tourismus aufschwung», fährt Peter Müller fort, «weshalb wir nun Südostasiens Aviatikdrehkreis Singapur zum natürlichen Tor Borneos machen müssen.»



Borneos ungekrönter Regenwaldkönig ist der Orang Utan ...

Bild Urs Müller

Unter den ausländischen Besuchern Sabahs und Sarawaks dominieren traditionell die Nachbarn aus Brunei und Indonesien, doch seit dem Golfkrieg verdrängen die übrigen asiatischen Reisenden die Nordamerikaner und Westeuropäer an die vierte Stelle.

«In den jüngsten asiatischen Wirtschaftszentren wie Hongkong, Südkorea und Taiwan wächst nun eine Mittelklasse», argumentiert Peter Müller, «die heute das wohl lukrativste und noch unerschlossenste Marktsegment der Welt ist.»

Seit Juni fliegt beispielsweise die MAS direkt von Kuching nach Seoul, was inzwischen dem Holiday Inn Damai Beach jede Woche durchschnittlich 80 südkoreanische Hotelgäste bringt. «Der asiatische Borneo-Besucher sucht eher Ruhe und Erholung vom Arbeitsstress», analysiert James Wong, Sarawaks Tourismus- und Umweltminister, «während die Amerikaner, Australier und Europäer meist Aktiv- oder Abenteuerferien wünschen.» Sabah und Sarawak werben deshalb in Asien vor allem mit ihren erstklassigen Baderesorts und konzen-

trieren sich in den Industrienationen eher auf den blühenden Kultur- und Ökotourismus.

Selbst anspruchsvolle westliche Reisende finden in Ostmalaysia ein totales Ferienerlebnis voller Natur und Abenteuer, da beispielsweise Sabahs Kinabalu der höchste Berg Südostasiens ist und sich in Sarawak die grösste Höhle der Welt befindet. Bisher konzentrierte sich das Besucherinteresse meist auf den etwa 4100 Meter hohen Kinabalu, da er bloss eine knapp zweistündige Autofahrt vom nächsten Flughafen entfernt ist. Zudem führt Sabah seit einigen Jahren im Herbst einen einmaligen Flugmarathon zum Kinabalu-Gipfel und zurück durch, was ihn zu einem populären regionalen Reiseziel macht.

Nach diesem Erfolgsrezept baute inzwischen Sarawak neben seinem einmaligen Gunung-Mulu-Nationalpark einen Flughafen, den MAS seit wenigen Wochen zweimal täglich von der Küstenstadt Miri anfliegt. Damit verkürzt sich die bisherige strapazöse ein- bis zweitägige Flussreise auf einen etwa 40minütigen Dschungelflug, was den 540 Quadratkilometer grossen Gunung-Mulu-Nationalpark mit seinen berühmten Kalksteinhöhlen plötzlich dem internationalen Tourismus öffnet. In diesem Nationalpark befindet sich auch die grösste Höhle der Welt, die Sarawak-Kammer, wo schätzungsweise 40 Boeing 747 Platz haben sollen. Die Starattraktion ist jedoch die «kleinere», etwa 120 Meter hohe Hirschhöhle, wo heute kein Rotwild, wohl aber mindestens eine Million Fledermäuse leben. Ausser bei regnerischem Wetter fliegen diese Fledermäuse jeden Abend vor Dämmerung in einem dichten Schwarm zur Nahrungssuche aus, was den Beobachter an eine langgezogene schwarze Rauchfahne erinnert.

## Natur ist in

Borneos Tourismusbehörden erkennen schon lange den Wert einer möglichst unberührten Natur, doch die mächtige

Holzindustrie beschränkt diese Anstrengungen auf die Wildreservate und Nationalparks. Nach ihrem Naturschutzprinzip verzichten die Behörden beispielsweise in den Höhlen des Gunung-Mulu-Nationalparks auf Flutlicht oder verbieten das Berühren der Tropfsteine, damit die Stalagmiten und Stalaktiten weiter wachsen.

Trotzdem wird jetzt neben dem noch jungfräulichen Regenwald der luxuriöse Mulu Resort mit 170 Zimmern gebaut, der zusammen mit den wie Pilzen aus dem Boden schießenden Minihotels den Park zum urtümlichen Gunung-Mulu-Nationalpark zu verwandeln droht. Offensichtlich toleriert Sarawak heute noch diese Auswüchse seiner jungen Tourismusindustrie, während Sabah eine weitere Verschandelung der Natur mit strikten Bauverbots in den Schutzgebieten wie unter anderem im berühmten Taucherparadies Sipadan oder im Kinabalu-Nationalpark bekämpft.

## Die Bedrohung des Kahlschlages

Umweltschützer klagen oft über Borneos skrupellosen Kahlschlag seines Regenwalds, da er auch die Existenz der Dschungelvölker und Tierwelt bedroht. Um diesen alarmierenden Trend einzudämmen, schuf Malaysia in den 60er Jahren einige Orang-Utan-Rehabilitationszentren, wo Touristen heute die Wiedereingliederung dieser rötlich-braunen Menschenaffen in die freie Wildbahn beobachten können.

«Flora und Fauna können wir in Reservaten schützen», argumentiert Gavin Lee, des Interworld Travel Service in Kuching, «doch wie schützen wir die Traditionen und Bräuche?» Schliesslich leben heute die legendären Dschungelvölker wohl noch in ihren Langhäusern, doch die Touristen müssen nun für ihre Gastfreundschaft und Tanzauführungen bezahlen: Sarawaks gefürchtete Kopfgänger sind in den 90er Jahren nicht mehr an Köpfen, sondern bloss noch an Touristenfranken interessiert!

## DESTI-NEWS

### Vietnams gerissene Fingerkünstler

Fast jeder Besucher der südvietnamesischen Metropole Ho Chi Minh klagt heute über freche Entreis- oder Taschendiebstähle, da besonders in den letzten zwölf Monaten die Zahl der aussergewöhnlich raffinierten Fingerakrobaten in den Strassen des alten Saigon zu explodieren droht. Dank ihrer atemberaubenden Fingerfertigkeit spüren die Opfer kaum den Verlust des Bargelds oder der Wertgegenstände: Beispiels-

weise rempeln Gruppen junger Vietnamesen oft einzelne Ausländer oder streichen Transvestiten vertraulich ihre Hand, doch erst Stunden später bemerkt der Besucher verblüfft das Fehlen seiner Brieftasche oder Armbanduhr. Bisher verhaftete die Polizei noch keinen dieser durchtriebenen Trickdiebe, da sie ihre «Transaktionen» in Sekundenbruchteilen abschliessen und die Opfer ihren Verlust meist philosophisch hinnehmen: «Dies ist nun eben mein persönlicher Beitrag zur Entwicklungshilfe Vietnams!» MU

### Flora Beach Hotel Thailand

## Swiss Know-how in Thailand

Ende Dezember wird in Rayong am Golf von Thailand das Flora Beach Resort Hotel and Village eröffnet. Management, Marketing, Verkauf und Führung sind ebenso in Schweizer Händen wie ein Teil des Besitztums.

Hinter allem stehen betuchte thailändische Geschäftsleute aus der Export-, Warenhaus- oder Fabrikationsbranche, die Freude an der Hotellerie bekommen haben. 1989 wurde die Thai Swiss Venture gegründet, der von Schweizer Seite das bekannte Architektenteam Kyncl & Arnold angehört. Dieses wiederum beauftragte im Juli 1992 den nach seinem Abschied von Mövenpick Hotels International selbstständig gewordenen Franklin P. Haller (Hotel/Tourism Management and Consulting) mit dem Management des Erstlings Flora Beach. Für Marketing und Verkauf ist dessen Frau Barbara Haller zuständig. Sie besitzt mit ihrer Swiss Sales in Affoltern a. A. ein schlagkräftiges Instrument, unter anderem dank des Bangkok Landmark Hotels auch mit Thai-Erfahrung. Erstmals treten so die Eheleute auch betont als Geschäftspartner auf!

### Ein familienfreundlicher Betrieb

Das Flora Beach liegt 200 Kilometer von Bangkok entfernt am langen, noch einsamen Strand von Ban Phe in der nun mit staatlicher Förderung bedachten Region Rayong. Der Blick auf das Meer mit vielen unbewohnten Inselchen, ein

Dorado für Segler und Surfer, sei traumhaft, wird versichert. Zwar gibt es bereits ein paar auf asiatische Gäste ausgerichtete Hotels, doch ein Viersternbetrieb mit schweizerischem Know-how fehlte noch. Wichtiger Bestandteil sind 200 Appartements, die fast alle schon verkauft sind. Daneben zählt man 153 Meersichtzimmer und -Suiten sowie in 150 Meter Entfernung 28 familienfreundliche Bungalows. Noch herrscht also Ruhe, und dieser wird mit einem intakten, aber unaufdringlich präsentierten Sportprogramm begegnet, vieles davon im Preis inbegriffen.

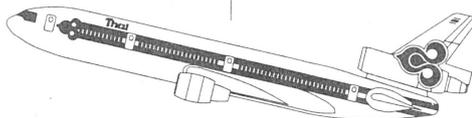
Peter Kyncl und Herbert Arnold begleiten den Betrieb vom Rohbau her, haben nur natürliche Materialien verwendet und grosszügig konzipiert. Direktor ist der Schweizer Jean-Charles Barreto. Küchenchef Andreas Müller betont in den beiden Restaurants die asiatische Küche.

Die schönsten Ausflugsziele sind die Insel Ko Samet oder der Nationalpark Khao Chamao.

### Weitere Projekte im Gespräch

Ein Zimmer kostet ohne Service und Taxen rund 150 Franken. Für die nächstjährigen Kataloge unserer TO war man etwas zu spät dran; Sonderaktionen sind aber nicht auszuschliessen. Kein Geheimnis ist auch, dass die Thai Swiss Venture weitere Projekte in Thailand verfolgt mit Betonung auf 3- und 4-Sterne-Qualität, wo noch eine Marktlücke besteht. US

# DI DO SA SO



ZÜRICH - BANGKOK  
4x WÖCHENTLICH  
NONSTOP

**Thai**  
Smooth as silk

Weitere Auskünfte und Reservationen bei Ihrem Reisebüro oder direkt bei  
Thai Airways International, Bahnhofstrasse 67/Sihlstrasse 1, 8001 Zürich  
Telefon 01/212 25 12, Telefax 01/212 34 08

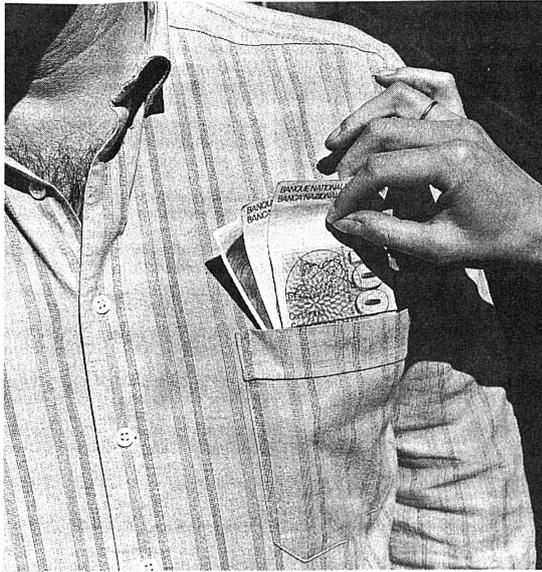
# Schlechte Zeiten bieten Hand zur Profilierung

Wie steht die Schweizer Reisebranche in der gegenwärtigen rezessiven Zeit da? Im Vergleich zu andern Branchen geht es ihr nicht schlecht. Bestimmt aber hat sie schon bessere Zeiten erlebt, denn die angespannte Wirtschaftslage hat Opfer auch in ihren Reihen gefordert. Sie dürfte dem Schweizerischen Reisebüro-Verband (SRV) Gelegenheit bieten, sich zu profilieren.

Trotzdem, manch einer mag sich fragen, ob ihm sein Verband zumindest mit Rat beistehen könnte. Dazu sagt Loosli, dass auf Gefahren gewiss hingewiesen werde, es aber grundsätzlich an den Mitgliedern liege, Beobachtungen anzustellen, um für neue Situationen gewappnet zu sein. Ein Consulting in diesem Sinn sei nicht Aufgabe des Verbandes, denn jedes Mitglied sei ein eigenes Unternehmen und müsse so eigene geschäftspolitische Überlegungen anstellen.

## Verdienst aus Konkursen

Bereits gab es Konkurse in der Branche, und wohl zu Recht wird allenthalben angenommen, dass weitere folgen werden. In welcher Form engagiert sich der SRV beim Konkurs eines Mitglieds? Beispielsweise wäre es denkbar, dass nach Absprache mit den Mitgliedern Listen geführt werden, welches Unternehmen in Härtefällen in der Lage wäre, einen Mitarbeiter oder Lehrling zu übernehmen. «Hier sind die regionalen Verbände gefragt, da kennt man sich und kann schneller reagieren», antwortet das SRV-Vorstandsmitglied. Jüngste Beispiele bei Oscar Travel in Zürich und bei der Schliessung des American-Express-Reisebüros in Bern hätten dies bewiesen. Bei jedem Konkurs eines Reisebüros bleibt jedoch etwas, das keinen Konkurrenten kaltlassen dürfte: die Kundenkartei. Was im allgemeinen damit geschieht, wurde bislang kaum bekannt. Könnte, wie ein gewiefter Branchenfuchs aus Zürich kürzlich anregte, der Verband diese nicht an sich nehmen und dann unter den Mitgliedern verstei-



So elegant wie früher kommt die Reisebranche nicht mehr an den Reisebätzen der Schweizer Kundschaft heran. Die Kunden wollen zwar weiterhin reisen, achten aber vermehrt auf den Kontostand.

Mitglieder erworben. Das Resultat wird sich erst später zeigen. Laut dem SRV-Jahresbericht stehen bei den Aktivmitgliedern 11 Neuaufnahmen 12 Austritten und bei den Zweigniederlassungen 22 An- 20 Abmeldungen gegenüber. Austritte und Abmeldungen sind in erster Linie auf Zusammenschlüsse und Geschäftsaufgaben zurückzuführen. Die Frage, ob Reiseunternehmen die Nähe eines Verbandes in schlechten Zeiten eher suchen, kann also heute nicht schlüssig beantwortet werden. Ob jedoch der Verband vermehrt den Kontakt zu anderen Branchenorganisationen sucht? «Diese Kontakte bestehen immer, in guten und in schlechten Zeiten», sagt Loosli darauf, «nur spricht man in böseren Zeiten mehr davon.»

Die Imagepflege hat der SRV in den letzten Jahren intensiviert. So tritt man vermehrt an die Öffentlichkeit, hat einen Pressesprecher ernannt und zu den «ewigen» Kritikern bessere, offenere Kontakte geschaffen – der Kassensturz lässt grüssen. Gerade rezessive Zeiten bieten Gelegenheit, das Image eines Verbandes aufzupolieren: Zum Beispiel in kürzeren Abständen kundzutun, was die Branche zu sagen hat. Gewiss, dies ist ein schwieriges Unterfangen, zumindest so lange Öffentlichkeit und Behörden der Branche nicht die Wichtigkeit beimessen, die sie verdient. Es gilt also, Grundlagen aus handfesten Zahlen zu schaffen, und mit diesen halten die Reisebüros nach wie vor zu Unrecht diskret zurück.

## SAM JUNKER

Die weltweite Rezession wirkt sich auch auf die Reisebranche aus. Zwar wollte dies SRV-Geschäftsführer Peter Koch noch vor einem Monat nicht wahrhaben und verneinte eine entsprechende Frage vehement. Es hat sich verschiedentlich schon herausgestellt, dass Herr und Frau



Schweizer in schlechteren Zeiten nicht als erstes aufs Reisen verzichten. Dass sie aber den Reisefrankens zweimal umdrehen, dürfte niemand bestreiten. Günstigere, vielleicht weniger weite oder lange Reisen wirken sich aber auf Umsatz wie auf Ertrag aus.

Vorstandsmitglied René Loosli relativiert die Ansicht des Geschäftsführers: «Es kommt darauf an, wie hoch man die Messlatte setzt», sagt er und fragt, ob die in vergangenen Jahren verzeichneten Zahlen und Zuwachsraten realistisch seien oder ob die Realität eben erst beginne. Immerhin sei eine Stagnierung besser als ein Rückgang. «Nein, miserabel wie andern geht es der Reisebranche nicht, aber auch nicht mehr so gut wie einst», fährt er fort, prognostiziert 1993 jedoch als nicht leichtes Jahr, zumal der Dollarkurs nach Meinung einiger Bankergar bis Fr. 1.80 steigen könnte.

## Näher zum Mitglied

Es sei nicht Aufgabe eines Verbandes, in schlechten Zeiten ein angepasstes Konzept bereitzuhalten, meint Loosli.

gern? Ein einfacher Passus in den Statuten würde als Regelung wohl genügen. Zusätzliche Einnahmen stehen gerade Verbandskassen gut an, das Geld könnte beispielsweise auch zweckgebunden eingesetzt werden.

## Näher zum Verband

Im vergangenen Jahr hat der SRV via die regionalen Reisebürovereinigungen

## Kuoni-Geschäftsjahr 1992

### Mütterchen Metro ...

Fortsetzung von Seite 7

Probleme rund um Kenias Image ergeben sich zwar höhere Umsätze als im Vorjahr, die aber nicht die budgetierten erreichen. Populäre Reisen machten 9 Prozent Umsatzwachstum, und die Coop Reisen seien, so vor der Presse, «erst im Aufbau».

## Kuoni international

Es gehört bekanntlich zum Standard schweizerischer Unternehmen, dass sie die wahren Umsatzzunahmen vor allem im europäischen Ausland machen (was viele Politiker in der Schweiz nicht wahrhaben wollen). Kuoni, bis vor kurzem selbst schweizerisch, ist keine Ausnahme und macht nun eben als deutsch dominiertes Unternehmen sein Umsatzwachstum vor allem in Europa. Kuoni Englands Umsätze wuchsen um 25 Prozent (Januar-September-Vergleich), Frankreich um 17 Prozent, Deutschland um 43 Prozent (allerdings auf nur 103 Mio Fr.), Kuoni Österreich um 33 Prozent (Kuoni/NUR Österreich +34 Prozent).

Und da das «Währungstheater» im Herbst 1992 nicht spurlos am Reisegeschäft vorbeiziehen konnte, bezifferte die Kuoni-Leitung am Dienstag die dadurch erlittene Umsatzverminderung des Konzerns auf rund 25 Millionen Franken. Der im Ausland erlittene Gewinnausfall wird auf 4 bis 6 Millionen Franken geschätzt. Der Effekt der Pfundabwertung bei Kuoni Englands Eigenkapital beträgt rund 15 Millionen Franken.

Überraschend hoch – oder in Anbetracht des bis vor kurzem schwachen Frankens eben sich automatisch ergebend – ist das Wachstum im Incoming-Geschäft Schweiz ausgefallen: Um satte 47 Prozent kletterte der Umsatz mit den ausländischen Touristen für die Destination Schweiz auf 196 Millionen Franken.

## DRV-Jahrestagung 1992

# Agenten, macht euch unentbehrlich

Solange die Reisebüros die erfolgreichsten und preiswerten Vertreter für Airlines und Veranstalterprodukte sind, brauchen sie sich keine Sorgen zu machen, meinte der Deutsche Reisebüro-Verband optimistisch zu seinen 1035 Mitgliedern, die sich Anfang November in Barcelona trafen. Die Probleme der deutschen Kollegen sehen jenen der Schweizer Agenten von Jahr zu Jahr ähnlicher.

## SYBILL EHMANN, BARCELONA

Wer von den deutschen Teilnehmern erwartet hatte, DRV-Präsident Otto Schneider würde massiv gegen die jüngsten Konzentrationsstendenzen (LTU/WestLB – TUI) Stellung nehmen, sah sich enttäuscht.

Eine Erkenntnis aber zog sich durch viele Tagungsthemen: die Tourismusbranche bleibt nicht von den wirtschaftlichen Entwicklungen verschont. Der Gang zu weiteren Konzentrationen ist nicht aufzuhalten. Während die Zusammenschlüsse und Aufkäufe bisher auf jeweils einer Ebene (also horizontal) verliefen – also Airlines mit Airlines, Hotels mit Hotels, Veranstalter und Reisebüros mit ihren jeweiligen Konkurrenten – hat jetzt eine vertikale Integration begonnen. Die Fluggesellschaften versuchen durch strategische Allianzen den Vertrieb ihrer Sitzplätze über Veranstalter und Reisebüros an sich zu binden. Nach Ansicht des DRV wird es bei LTU/TUI nicht bleiben, andere Fluggesellschaften und Veranstalter werden nachziehen.

## Preisverfall

Für mittlere und kleinere Veranstalter eine gefährliche Entwicklung, der sie nur durch Spezialisierungen oder enge Zu-

sammenarbeit im In- und Ausland begünstigen können. Die Botschaft der DRV klingt relativ einfach: macht euch unentbehrlich! Solange ihr der erfolgreiche und relativ preiswerte Vertrieb für Airlines und Veranstalter seid, braucht ihr euch keine Sorgen zu machen. Aber es erging auch die Erwartung an Veranstalter und Fluggesellschaften, das wirtschaftliche Wohl der Agenten im Auge zu behalten. In Zeiten massiven Preisverfalls gelte es, gemeinsame Lösungen zwischen Carriern, Veranstaltern und Mittelern zu entwickeln und zu praktizieren.

Auch wenn die Werbung häufig eine Niedrigpreis-Werbung sei, könne davon ausgegangen werden, dass nicht jeder Kunde das billigste Angebot wirklich wolle und auch, dass die Billigangebote in Zukunft nur im beschränkten Umfang und mit komplizierteren Auflagen zur Verfügung stünden.

## Bitte nach Rabatten fragen

Natürlich kam während der DRV-Tagung auch die spektakuläre Aktion der Singapore Airways SIA in Deutschland zur Sprache, die bis Mitte 1993 25 Prozent Provision für den Verkauf der Sitze in der First und Business zahlt und den Reisebüros die Höhe der Weitergabe an Kunden freistellt. So weit so gut – die SIA wandte sich aber auch per Rundschreiben an die Firmenkunden (mit Kopien an die Fachpresse) mit der Empfehlung, im Reisebüro nach Rabatten zu fragen. Das nun löste Empörung bei den Reisebüros aus. SIA Deutschland-Chef für Verkauf, Peter Menkel, hatte eine einfache Erklärung parat, warum er nicht gleich und offiziell seine Preise senke. Für Flüge innerhalb der EG könne jeder in der EG registrierte Carrier ab 1. 1. 1993 seine eigenen Preise machen, für Flüge zwischen EG-Zielen und Nicht-EG-Orten könnten jedoch

sogenannte Drittländ-Carrier weder eigene Preise machen, noch Flugpreise in Deutschland beantragen. Sie seien gehalten, die offiziellen Preise der Luft-hansa zu berechnen, auch wenn dies gelegentlich nur theoretische Tarife sein sollten.

Provisionen sind nach Ansicht der EG nicht mehr festgeschrieben. Deshalb sei hier im Gegensatz zu den Flugpreisen Spielraum für erlaubte Wettbewerbsmassnahmen. Eine Erläuterung, die natürlich vieles verständlich macht, deren Auswirkungen auf die Reisebüros deswegen nicht erträglicher werden.

Grossen Raum während der deutschen Tagung nahm die leidige Frage der Pauschalreiserrichtlinie ein, die ja nach einem vom DRV vorgelegten Text einen Solidaritäts-Verein vorsieht. Danach würde jeder Veranstalter in diesen Fonds als Einstandsgebühr 1000 DM zahlen (Gelegenheitsveranstalter 500 DM) sowie anschliessend einen ganz geringen Betrag (zirka eine halbe Mark) pro Reise-telnehmer. Das Haftungskapital erreichte somit schnell 50 Mio DM; bis diese Summe erreicht ist, könnte eine Versicherung für einen eventuellen Fehlbetrag vorgesehen werden. Eine unbegrenzte Haftung lehnt der DRV als wettrennend ab.

Wenig Glück hatte der Verband mit einer Veranstaltung über Konzentrationenmöglichkeiten, bei der ein externer Moderator keine glückliche Hand besass, das Gespräch in die gewollte Richtung zu bringen. Bei inzwischen bereits über 50 Prozent aller deutschen Reisebüros, die in Kooperationen, Franchise-Modellen usw. eingebunden sind (eine Zahl, die erst um das Jahr 2000 erwartet wurde) gab es sich genügend Ansatzpunkte für Diskussionen über weiterführende Konzepte.

Im Rahmen der Diskussion zum erwarteten Preisverfall beim liberalisier-

## Den Trend machen immer die andern

Über was auch und wie immer auch am kommenden Freitag an der Generalversammlung des Schweizerischen Reisebüroverbands diskutiert werden soll, die Jahrestagung der deutschen Kollegen in Barcelona dürfte das meiste themenmässig schon abgesteckt haben: Grenzüberschreitende Konzentrationstendenzen von Airlines über TOs bis Reisebüroketten, Preisbindung der zweiten Hand (Singapore Airlines), EG-Spielraum im Wettbewerb, und natürlich Richtlinien für Pauschalreisen sowie EG-Regelungen im Fall von Haftung (siehe Text auf dieser Seite).

Auch die Studie der englischen «The Economist Intelligence Unit» (Seite 7) dürfte für Reisevermittler von Interesse sein, weil die Ausprägung der europäischen TO-Szene der 90er Jahre stark über Sein oder Nicht-Sein auch der Reiseagenturen mitbestimmt. Besonders der Umstand, dass die Schweizer Kundschaft offenbar der durchschnitts-europäischen bezüglich (Sonder-) Wünschen um Jahre voraus sei und die Agenturen dementsprechend eine fast vor-europäisch anmutende Kundennähe entwickeln (mussten), gibt im positiven Sinn zu denken.

Ob Deutschland oder die Schweiz, eines bleibt sich gleich: Der Reisevertrieb ist offenbar jene Kette im Glied des Reiseprodukts, das sich gefälligst an die grossen Trends, die andere machen, anpassen hat. Aufgrund der gewerblichen Struktur ist das nur natürlich – auch die kleinste Airline ist noch grösser als der grösste (pure) Reisebürozusammenschluss. Den Reisebüros in Europa geht es wie den Schweizern in Europa: kleine Umsätze, Abhängigkeit von Grossen, keine Markt-macht, grenzüberschreitendes Geschäft, Zwang zum Mitmachen bei «fremden» Trends, Überleben durch Spezialisierung und Markt-nischen. Werden diese Trends am Freitag in Biel an der SRV-Generalversammlung klar herauskommen? Zwar machen andere den Trend, aber auch richtig mitreiten und Ausnützen muss gekonnt sein. Alexander P. Künzle

Travac-Produktevorschau

# Es kamen schon mehr

Im Zürcher Blackout und im Berner Bellevue Palace hielt die Travac-Gruppe wieder Rück- und Vorschau. Der gewohnt gekonnten Präsentation folgten dieses Jahr in Zürich noch 80 Agentenvertreter. Auch diesmal reichte der Informationsgehalt der Präsentation über das Produkt hinaus.

Wie wahr: «... Die Zeiten sind härter geworden; der Kunde weiss und will mehr, mehr Beratung vor allem!» Fachwissen auf neuestem Stand ist gefragt. In einer zum Optimismus verurteilten Branche beschrieb man den Grundsatz, dass immer, bloss (kosten)bewusster gereist werden wird und Ferndestinationen, im Unterschied zum Mittelmeer, weniger rezessionsanfällig sind.

Nachstehend Auszüge aus der gebündelten Fracht von Erkenntnissen aus Referat und Panelgespräch:

USA

- Zu jedem Flugticket gibt's fortan ein Reiseprogramm.
- Swissair und Balair lassen sich fortan als Mix + Match kombinieren.
- Auf dem speziellen Xmas-Charter vom 19. 12. bis 2. 1. der American Transair gibt's noch Plätze für 1295 Franken.
- Die 1992er Amtrak-Studienreise war ein Grosserfolg. Eine weitere wird 1993 durchgeführt. Interessenten können sich melden. Nur wird Amtrak einen 15- und einen 30-Tage-Pass auflegen.
- Die Flüge mit AA-Tochter Eagle Air finden keine Neuaufgabe - nicht zuletzt wegen dem Ärger mit dem knappen Ticketing.
- Bisher dominierte Urbanes, Städte im Travac-Angebot. Mit Trekamerika für 18- bis 35-jährige gibt's nun «mehr Hinterland».

Alaska

Der 10½-Stunden-Balair-Charter nach Alaska, heuer ein voller Erfolg, wird weitergeführt: Viele Frühbücher, ebenso viele Repeaters sind ihm sicher. Man erkennt verstecktes Potential an Naturfreunden, Fischern und Bergsteigern. Fischer kriegen auf dem Retourflug 80 kg Freigepäck in 3 Gepäckstücken.

Hawaii: Der Initi-Hurrikan hat Ende August, parallel zu Andrew, die Zivilisation von Kauai praktisch weggeblasen; Buchungen werden, unter Vorbehalt, im Januar für frühestens April 1993 entgegengenommen. Die neu aufgelegte Insel Lanai, 2000 Einwohner, zeigt «das andere Hawaii»; eine Kreuzfahrt ermöglicht es, sich den Inseln von der See her zu nähern.

Kanada

Kanada lockt mit Frühbuchungsrabatten bis 13 Prozent bzw. 15 Prozent günstigeren Preisen wegen des Wechselkurses. Toronto/Montreal sind, «im Vorderviertel», auch im nächsten Sommer für knapp 2600 Franken zu haben.

Mexiko verzeichnet aus der Schweiz noch immer keine namhaften Zuwachsraten; das Land der drei Kulturen bescheidet sich mit 20 000 Schweizern pro Jahr. Grund: fehlender Direktflug. Auch der Cancun-Charter hat daran wenig geändert; Cancun ist halt nicht nach dem Gusto der Schweizer.

Und des Agenten Abgeltung für zuverlässiges, absturzsicheres Speichern all dieser News (bei der nicht eben fürstlichen Kommissionierung der Travac-Gruppe nicht ganz unerheblich)? Nächsten Monat wird ein neues Kommissionsierungsmodell vorgestellt. Es soll Vielbucher besser stellen!

## BB doch nicht nach JFK

Bei der Präsentation in Zürich hiess es, Balair würde nächstes Jahr «reumtlig» nach New York JFK zurückkehren. Newark wäre für inneramerikanische Verbindungen unbefriedigend (Continental als wichtigster EWR-Kunde fliegt erst noch unter konkurrenzrechtlichem Gläubigerschutz). Überdies war das Marketing für EWR ungenügend. Einen Tag später, anlässlich der Berner Präsentation, war alles wieder beim alten: Balair muss sich auch 1993 mit Newark begnügen. Die Frage bleibt, ob Newark neben der gewaltigen Kapazität nach JFK bestehen kann - am ehesten wohl noch über den Preis. RB

Lufthansa/Airbus A-340-200

# Der neue Kranich hat langen Atem

Morgen Freitag nachmittag landet um 15.25 Uhr - wenn alles plangemäss verläuft - der jüngste Vogel von Airbus Industrie erstmals in Zürich-Kloten. Bereits in den Farben der Lufthansa gehalten, wird er geladenen Gästen vorgestellt, bevor er auf seiner Weltreise weiter nach Frankfurt zieht. Von hier aus wird der Vierstrahler dann ab Januar 1993 die Nachfolge der dreistrahligen DC-10-30 im extremen Langstreckenbereich zwischen Flughäfen zweiter Grösse für die deutsche Gesellschaft übernehmen.

KURT METZ

15 000 Kilometer misst die Strecke vom Werkflughafen der Airbus Industrie in Toulouse bis zum Perth International Airport in Australien. Dafür benötigte der erste serienmässig gefertigte Airbus A340-200 in einem Nonstop-Flug vom 22. auf den 23. Oktober 16 Stunden und 35 Minuten. Dies ist die längste je von einem in Europa gefertigten zivilen Verkehrsflugzeug zurückgelegte Entfernung.

Frankfurt-Honolulu direkt

Nach einem 14monatigen Flugtestprogramm steht das mit vier Triebwerken bestückte Grossraumflugzeug kurz vor seiner im Dezember geplanten Zulassung. Die Erstauslieferung an die Lufthansa ist bereits für Januar 1993

vorgesehen. Bis dahin geht das anspruchsvolle Testprogramm weiter. Als Höhepunkt ist der erste Nonstop-Flug mit Passagieren an Bord von Frankfurt nach Hawaii vorgesehen, der die extreme Reichweite und den dazu gehörenden Komfort des Langstreckenjets unter Beweis stellen soll.

Die eigentliche Übergabe der Maschine von Airbus Industrie an die Lufthansa findet dann im Sommer 1993 statt. Bis dann tragen Airbus-Piloten die Verantwortung für die Maschine; der Co-Pilot hingegen kommt von der im Aufbau befindlichen Airbus-340-Equipe der Airline.

Mehr fürs Klima

Im neuen Vogel gewinnen die Passagiere in allen drei Klassen durch eine von Airbus neuentwickelte Klimaanlage, welche die Kabine in sechs voneinander unabhängige Zonen einteilt, die je nach Bestuhlung in der Länge verändert werden können. Damit erreicht der Carrier die vom Markt immer mehr geforderte Flexibilität, können doch innert kürzester Zeit die Sitze so angeordnet werden, wie dies die Nachfrage verlangt. Belüftung, Leselampen, ja Küchen-, Galley- und Sanitäranlagen lassen sich leicht verschieben.

Bezüglich der Umweltverträglichkeit setzt der A-340 ebenfalls neue Standards. Er wird ein Drittel weniger Flugpetrol verbrauchen als die DC-10-30, sein Vorgängertyp bei der Lufthansa. Entsprechend niedriger fällt auch das Volumen

der ausgestossenen Schadstoffe aus, zudem können ihre Anteile wesentlich gesenkt werden. Bezogen auf die Passagierkilometer, sinken die Emissionen um 88 Prozent bei den unverbrannten Kohlenwasserstoffen, um 61 Prozent beim Kohlenmonoxid und um 41 Prozent beim Stickstoff. Lärmässig unterschreitet der A-340 die gesetzlichen Werte um 4 Dezibel oder rund einen Viertel dessen, was international vorgeschrieben ist.

127 Bestellungen

Die Lufthansa nimmt im Verlaufe von 1993 sieben Maschinen des Typs A-340-200 in einer Dreiklassenkonfiguration (10 First, 48 Business, 170 Economy) in Betrieb. Acht Airliner der Serie 300 sind bestellt. Sie sind vier Meter länger und befördern 32 Passagiere mehr in der Hauptkabine, fliegen dafür «nur» 11 575 statt 12 800 Kilometer weit. Der deutsche Carrier hat zudem 15 Optionen genommen, wobei er sich noch nicht auf die Version festlegte. Gemäss Lufthansa-Angaben liegen bei Airbus Industrie 127 Festbestellungen von 21 Fluggesellschaften für den A-340 vor. Der Preis des neuen Langstrecken-Kranichs beträgt rund 100 Millionen Dollar.

Über den Besuch des neuen Vogels in Zürich, der «hinsichtlich Komfort, Wirtschaftlichkeit und Umweltfreundlichkeit neue Massstäbe setzt» - so der Lufthansa-Vorsitzende Jürgen Weber, berichten wir in einer Woche an dieser Stelle.

TAKE OFF

## British Airways: Rauchfreie Lounge in Zürich

Bis Ende Dezember offeriert British Airways ihren Executive-Club-Mitgliedern im Terminal B im Zürcher Flughafen eigene Check-in Schalter für Abflüge mit ihrer Gesellschaft. Gleichzeitig kündigt British Airways die Umwandlung ihrer Executive Club Lounge in eine Nichtraucherzone an. Offensichtlich haben die Erfahrungen mit rauchfreien Inlandflügen dazu geführt, die doch relativ kurzen Aufenthaltszeiten in den

besonderen Wartezonen ebenfalls ohne Dunst anzubieten. Wer dennoch nicht auf seine Zigarette verzichten kann, erhält am Billettschalter einen Gutschein für ein Getränk an einer beliebigen Bar des Flughafens. MC

## Neue Buchungsklassen bei der Lufthansa

Während die Buchungsklassen der Lufthansa für First-Class- und Business-Class-Buchungen unverändert F und C bleiben, gibt's ab sofort neue Buchungsklassen in der Economy-Class:

• Buchungsklasse V ersetzt auf Langstrecken die bisherige M-Class. Zubringer Schweiz-Deutschland ebenfalls V-Class

• Buchungsklasse L ersetzt auf Langstrecken die bisherige K-Class. Zubringer Schweiz-Deutschland ebenfalls in L-Class

Zubringer Schweiz-Deutschland auf Weiterflüge mit anderen Airlines bleibt unverändert M-Class. Als Grund dieser Änderungen wird angegeben, dass die Durchgangstarife in Schweizer Franken bevorzugt werden sollen. pd

Qantas vor der Privatisierung

# Down under wird die Partnerwahl zur Qual

Die Privatisierung des australischen Nationalcarriers Qantas ist zwar schon länger beschlossene Sache. Doch wegen der flauen Börse und politischer Widerstände in der regierenden Labor-Partei sind das genaue Wann und Wie noch offen.

MICHAEL SCHARENBERG, SYDNEY

Eigentlich wollte die Regierung, nach der Fusion von Qantas und der ebenfalls staatlichen Inlandfluggesellschaft Australian Airlines im September, die neue Gesellschaft zu bis 35 Prozent an einen ausländischen Partner verkaufen, möglichst noch vor Weihnachten, und den «Rest» bis März 1993 über die Börse dem Publikum anbieten. Die Regierung sollte einen Anteil behalten. Doch nach jüngsten Äusserungen seitens der Regierung und aus der Qantas-Chefetage zeichnen sich auch andere Optionen ab. Zum einen ist möglich, dass der Zeitplan nicht eingehalten werden kann. Die Regierung hat angedeutet, dass der Gang an die Börse so lange hinausgeschoben werden könnte, bis sich die Stimmung hier nachhaltig verbessert.

REKLAME

Qantas-Chairmann Bill Bix gar scheint auch einen Verkauf zu 100 Prozent über die Börse zu erwägen. Damit nämlich würde das Qantas-Management die Kontrolle bewahren. Doch diese Option setzt sogar noch mehr eine starke Börsenverfassung voraus.

Drei Möglichkeiten

Unterdessen haben sich drei internationale Fluggesellschaften als mögliche Partner herauskristallisiert, British Airways, Singapore Airlines und Air New Zealand. British Airways hat, inoffiziell,

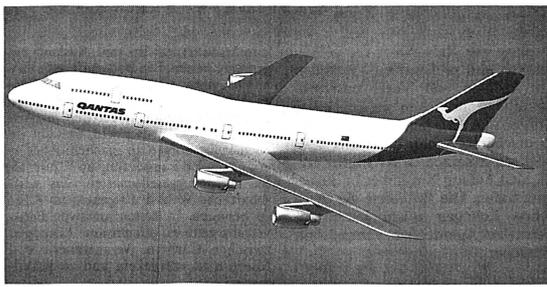
## BRITISH AIRWAYS

Interesse an der Kontrolle von Qantas signalisiert und scheint zusammen mit einer australischen Immobilienfirma die maximalen 49 Prozent anzuviesieren. Die Regierung wäre damit wohl einverstanden, doch das Qantas-Management, aber auch der linke Flügel der Labor-Partei haben damit Mühe.

Ihnen kommt eher, wenn es schon einen internationalen Partner braucht, was allerdings voll im Trend der internationalen Aviatik liegt, das Angebot von Singapore Airlines entgegen. Dieser Carrier würde mindestens 20 Prozent übernehmen und das Management den Australiern überlassen. Neuerdings scheint die Regierung diese Variante zu favorisieren, weil sie zur Politik passt. Australien seinen asiatischen Nachbarn anzunähern. Die bevorzugte Variante von Bill Dix scheint eine weitere Kooperation mit Air New Zealand zu sein, an der Qantas bereits 20 Prozent besitzt.

Eine gute Partie

Nach einer Analyse von Peter Harbison, Aviatik-Experte der Management-Beratungsfirma BDW Aviation Services, Sydney, präsentiert sich Qantas - einem möglichen Partner - nach dem jüngsten Jahresergebnis nicht schlecht.



Qantas wird privatisiert: Wunschnpartner sind British Airways, Singapore Airlines und Air New Zealand. Bild trr

Ein Gewinn von 137 Millionen australischen Dollar kann sich sehen lassen in einer Zeit, da die USA-Gesellschaften zusammen Milliardenverluste einfliegen



Die Schulden drücken

Ein Mühlstein am Hals von Qantas ist aber der, zu hohe, Schuldenberg von 2,5 Milliarden australischen Dollar. Die Privatisierung von Qantas ist daher auch als dringend notwendige Rekapitalisierung konzipiert, die die Regierung allein nicht hätte leisten können. Als Zückerchen für potentielle Investoren hat die Regierung aber jüngst überraschend versprochen, 1,1 Milliarden dieser Schulden zu übernehmen.

Erfreulich für Qantas ist dagegen, dass sie ihren Marktanteil im Verkehr von und nach Australien, 38 Prozent, halten konnte. Durch die Fusion mit Australian Airlines sollte sie ihre Position noch verstärken können. Zudem

entwickelt sich das Verkehrsaufkommen erfolgversprechend, sowohl in Fernost wie in Südostasien als auch in Australien selbst, hier durch den Preiskrieg nach Einführung der Deregulierung im Inlandverkehr.

Got etablierter Konkurrent

Aus dem gleichen Grund, Verkehrsaufkommen, könnte sich die andere grosse Inlandfluggesellschaft, die private Ansett, einem ausländischen Partner als Alternative anbieten, sollte es keine Einigung mit Qantas/Australian Air-



lines geben. Zwar hat auch Ansett den Inlandpreiskrieg mit grossen Verlusten gebüsst, im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem Minus von 130 Millionen au-

stralischen Dollar. Doch ist die Gesellschaft in Australien und auch im neuseeländischen Inlandmarkt gut etabliert.

Im Zuge der Revolution der australischen Luftverkehrspolitik wird Ansett noch dieses Jahr Verkehrsrechte zwischen Australien und Neuseeland und in den nächsten Jahren solche für asiatische Destinationen erhalten. Damit würde sich Ansett einem ausländischen Partner als guter Einstieg in den australisch-asiatischen Markt präsentieren.

Für den interessierten Investor hält die australische Aviatikszene also einiges parat. Die definitiven Angebote für Qantas/Australian müssen der Regierung im Laufe des Novembers vorgelegt werden.

## G'day Australia

Für Australien-Besucher aus Kontinentaleuropa, Afrika und dem Mittleren Osten hat Ansett Australia Airlines den G'day Australia Pass lanciert. Er kann in Zusammenhang mit Langstreckentickets aller internationalen Fluggesellschaften erworben werden und ist bis Ende September 1993 gültig. Für das Minimum von zwei Flugcoupons werden 300 australische Dollar erhoben, jeder weitere Coupon kostet 150 Dollar. Falls Perth in den zwei Basiccoupons eingeschlossen ist, beläuft sich der Minimumpreis auf 400 Dollar. Für einen Zusatzcoupon für den Flug nach Perth belaufen sich die Kosten auf 200 Dollar. Für Kinder von 2 bis 11 Jahren beträgt die Reduktion 33 Prozent, für Kleinkinder bis zweieinhalb Jahren 10 Prozent der Preise für Erwachsene erhoben. Coupons ohne definitive Buchung können nicht ausgestellt werden. Der G'day Australia Pass ist in Kontinentaleuropa, nicht aber in Grossbritannien erhältlich. pd/r.

**Reiseleiterin**  
**Reiseleiter**  
Abend- und Tageskurse in Zürich/Aarau/Bad Ragaz/Basel/Bern/Luzern/St. Gallen  
Verlangen Sie das Gratiskursprogramm!

Reiseleiter und Hostessenschule AGT Postfach 8803 Rüslikon 01/724 20 06 (vormittags) Fax 01/724 32 92

vom Schweizerischen Reisebüro-Verband empfohlen

Ägypten

## Wer wagt die Reise?

Schon zum Auftakt der Hauptreisezeit in Ägypten sind von dort Angriffe auf Touristen bekanntgeworden. Bei den Touroperatoren mag man sich die Haare gerauft haben, vor allem aber galt es, verunsicherte Kunden, die Ägypten bereits gebucht hatten, zu beruhigen und zu informieren. Trotzdem, die Buchungen laufen, wenn überhaupt, harzig, die Annullierungen dafür leichter.

Ob man sich bei den Schweizer Reiseveranstaltern nach Bekanntwerden der Übergriffe von ägyptischen Fundamentallisten auf Touristen im Gebiet von Assiut und Minja zwischen Kairo und Luxor wirklich die Haare rauft, ist zu bezweifeln. Da hat man sich wohl an die ankommende Reiseangst der Kunden gewöhnt, wenn irgendwo derartiges passiert.

Beim Ägypten-Spezialisten Check-In Reisen gehen jetzt die Buchungen spärlich ein, bedauert Direktor Bruno Bettini, zumal sich die Saison für das Nilland gut angelassen habe. Sein CTA-Charter mit 130 Plätzen war am letzten Wochenende ursprünglich ausgebucht, doch plötzlich sah er sich mit freien Sitzen konfrontiert. Er spricht von 19 Annullierungen, was, wenn es sich um Dossiers von durchschnittlich zwei Personen handelt, rund ein Drittel der Kapazität ausmacht.

Kuoni bietet seinen Kunden die Möglichkeit einer kostenlosen Umbuchung und zeigt sich gewillt, in gewissen Fällen auch Annullierungen ohne Gebühr zu erlauben. Nach Jan Waldburger, Einkaufs-Assistent, sind bis jetzt «rela-

tiv wenige» Absagen registriert worden und neue Buchungen würden nach wie vor eingehen. Zahlen will er nicht nennen, es sei noch zu früh, um Vergleiche anzustellen. Das gesamte Kuoni-Ägypten-Programm wird nach seinen Angaben durchgeführt.

Abwarten heisst die Devise bei den Kunden von Hotelplan und M-Travel, denn auch sie stellen einen verhaltenen Buchungseingang für Ägypten fest. Nur vereinzelt habe man Annullierungen registriert. «Niemand, der sich zurzeit mit Imholz in Ägypten aufhält, wollte früher nach Hause», freut sich Ressortleiter Hans Wiesner. Er will damit wohl andeuten, dass der Reisende in Ägypten sich nicht bedroht fühlt. Noch gelten bei Imholz die üblichen Reisebedingungen, bei Annullierungen wollte man jedoch flexibel sein. Der Tagesausflug von Kairo nach Dendera in nur rund fünf Kilometern Entfernung vom betroffenen Gebiet wird zurzeit nicht durchgeführt. Es werden Alternativen angeboten. Die zwei Schiffe Radamis und Queen Isis verkehren zurzeit nicht weiter nilabwärts als bis Luxor, und der Transfer nach Hurgada wird umgeleitet oder per Flug angeboten. EgyptAir plane mehr Flüge zwischen Luxor und Hurgada, wo es bis anhin wöchentlich nur einen gab.

Aber auch Imholz hat Umbuchungen zu verzeichnen. Wiesner spricht von 20. Was Annullierungen betrifft, betont er, dass es nur einzelne gegeben habe, hauptsächlich längerfristige, was er der guten Information zuschreibt. Hingegen gingen auch bei Imholz die Neubuchungen stark zurück.

SJ

## Warum ist es am Nil so schön?



Ueli Staub, freier Journalist, Zürich

der ganzen Nilschiffahrt blank. Dass die Leute vor den pharaonischen Sehenswürdigkeiten Schlange stehen und in der heissen Jahreszeit noch vor den Hühnern aufstehen müssen, kümmert sie ebenso wenig wie der Umstand, dass die Fahrten laut Prospekt vier bis fünf Tage, in Wahrheit aber nur gut zwei Tage dauern; die schlauen Veranstalter zählen einfach die für Ausflüge reservierten Bordtage in Luxor oder Assuan dazu. Daneben werden mittellange Varianten von Luxor aus nilabwärts angeboten, etwa mit Dendera oder Abydos als Endpunkt. Zu den Seltenheiten zählen 12-Tage-Reisen bis hinunter nach Kairo, die sich, wie beim Rhein die Strecken Basel-Mainz und Amsterdam-Koblenz, ganz schön in die Länge ziehen! Der Unterschied liegt im makabren Detail: Am Rhein gibt es keine Fundamentallisten!

Der Verfasser des Forums bringt seine persönliche Meinung zum Ausdruck. Diese braucht sich nicht mit derjenigen der Redaktion zu decken.

Frantour/Eurotour

# Für die Zu(g)kunft noch mehr Reisenbahn

Der Bahnreisen-Spezialist Frantour/Eurotour hat nach 45 Wochen im laufenden Jahr bereits 93,7 Prozent der budgetierten Passagierzahlen (141 750) erreicht. Zum gleichen Zeitpunkt, Anfang November, beträgt der Zuwachs an Buchungen gegenüber dem letzten Jahr 9,6 Prozent. Ab Anfang 1993 winkt den guten Agenten eine Superkommission bis maximal 13 Prozent. Stark ausgebaut wurde das Sommerprogramm 1993 «Euro City», das nicht weniger als 48 Destinationen in ganz Europa umfasst.

MICHAEL HUTSCHNEKER

So die Strecke nicht überraschend unterbrochen wird, lautet die Frantour-Endstation 1992 «Budget erreicht». Beim nur nach Passagierzahlen gerechnet viergrößten Schweizer Reiseveranstalter wurden vom Jahresbeginn bis zum 9. November insgesamt 132 869 Arrangements gebucht, gleichbedeutend mit 93,7 Prozent (141 750 Buchungen) des Budgets. Somit sind in den ersten gut zehn Monaten bereits 3,7 Prozent mehr Buchungen eingegangen als

im gesamten letzten Jahr (128 166), mit einem Umsatz von 59,4 Millionen Franken. Wie Frantour-Direktor Roger Rouvinez anlässlich des Auftaktes der Agenten-Frühstücksreise durch die Schweiz im weiteren zufriedener festhielt, entsprechen die diesjährigen Zahlen in der Vergleichsperiode (1.1.-9.11.) gegenüber 1991 einer Steigerung von 9,6 und gegenüber 1990 einer solchen von 13,6 Prozent.

### Agenten: 62 Prozent

Bekanntlich halten Frantour/Eurotour kein eigenes Vertriebsnetz aufrecht, sondern zählen allein auf den Verkauf ihrer Produkte durch die über 1000 Agenten (62 Prozent der Buchungen) und sämtliche Bahnhöfe (38 Prozent der Buchungen) in der Schweiz. Letzteres macht allein schon deshalb Sinn, weil das Frantour/Eurotour-Angebot schwergewichtig auf Bahnreisen respektive auf die Erreichbarkeit per Bahn ausgerichtet ist. Über 90 Prozent der Kunden reisen denn in der Tat auf Schienen.

### Mehr Kommission!

So sind denn die Reisebüros der Frantour liebste respektive wichtigste

Eduard A. Böhlen

## Mister «Five Percent» feiert Abschied

Am 24. November steigt im Zürcher Atlantis Sheraton eine grosse Farewell-Party. Gastgeber ist Eduard A. Böhlen, eine der schillerndsten Figuren der Branche. Ende des Jahres geht der Mann, der den schönen Begriff «Geldtreiber» – auf der Visitenkarte mit «International Relations» hübsch verklausuliert – in den Adelsstand erhoben hat, nach 46 bewegten Jahren vorzeitig in Halb-pension.

UELI STAUB

Engelungen sind über 300 Freunde aus der Branche, darunter alle von Kuoni, mit denen Eduard A. Böhlen (EAB) per Du ist, sowie die lokale «Guggitaler-Bande». Mit dabei ist auch Nachfolger Werner Staub, der keine leichte Nachfolge antritt und dem man zuzufügen möchte: «Schau vorwärts, Werner, und nicht hinter dich!»

Nach drei Jahren Danzas – eigentlich wollte er in die Spedition, hat aber irrtümlich die Nummer des Reisebüros erwirbt – und 13 Jahren Hotelplan kam EAB 1962 zu Kuoni, für den er zuerst einmal von 1963 bis 1974 in den USA arbeitete. Vor zwölf Jahren wurde seinen Geistesgaben endlich voll Rechnung getragen. Man erforderte für ihn den in der Schweiz einmaligen Beruf «International Relations», kraft dessen EAB bisher wenig genutzte finanzielle Ressourcen ausschöpfen sollte und dies auch mit Erfolg tat. Zwar erscheint er, dessen Mitarbeiterstab bloss aus einer Sekretärin bestand, «nur» als stellvertretender Direktor im Organigramm, aber die Millionen, die er dem Betrieb einbrachte, hat man dort gerne genommen.

### PR im Geschenkpapier

Wenn 'ums Geld geht, wird natürlich ein intaktes Verhandlungstalent vorausgesetzt. Doch EAB bringt noch viel mehr auf die Waage. Er ist mehrsprachig, umgänglich, hat ein putzmunteres Gesicht, gilt als «glatte Siech» (Schweiz) oder «talented in entertaining» (englischer Sprachraum). Er verfügt über die nötige Gesundheit, Fitness und Trinksfestigkeit, übersteht Anlässe wie den ITB (Böhlen: «Internationale Trinker-Börse») spielend und zählt auf eine verständige Frau.

Zwei bis drei Monate pro Jahr war er auf Achse, doch ITB, PATA, Pow Wow, World Travel Market oder TTW ersparen ihm manche Reise. «Viele Deals habe ich ausserhalb der Büroräume gemacht», sagt er, dessen Zürcher Stammtisch im Pullman Continental steht. In aller Welt hiess es freudig «Here he comes!», denn Böhlen kam nie ohne ein persönliches Präsent, nennt dies «PR im Geschenkpapier».

Bereits 1974 hat EAB mit der zielgerichteten Agentenbetreuung begonnen. Später kamen als weitere Schaffchen Hotelketten, Mietwagenfirmen und Tourist Boards, 1988 auch noch Airlines



Das fröhliche Lachen brachte Eduard A. Böhlen (rechts) stets viel Sympathie, sein freundliches Lächeln seinem Arbeitgeber materielle Werte ein. Hier nimmt er anlässlich der ITB im Namen Kuonis eine Auszeichnung für gute Umsätze entgegen.

Bild Privatarchiv Eduard A. Böhlen

hinzu. Dabei geht es darum, neben Qualitätskontrolle und Kontaktpflege bei gutem Geschäftsgang diesen Partnern über die Kommissionen hinaus zusätzlich einen umsatzbezogenen Bonus zu entlocken. Dass für solche Ansinnen nur ein sehr potenter Veranstalter in Frage kommen kann, liegt auf der hohlen Hand; Kuoni, dem es nicht an schlagkräftigen Argumenten fehlt, ist auch diesbezüglich in der Schweiz exklusiv.

### Am Beispiel Florida

Lokale Agenten, die in Seoul, Santiago de Chile, Moskau oder wo auch immer Kuoni-Kunden betreuen, werden also ihrerseits auf diese gewinnbringende Weise betreut. Am Beispiel Florida soll erläutert werden, wie sich ein derartiges Agreement mit einem Tourist Board abspielen kann. Angenommen, Kuoni legt eine Charterkette nach Miami auf, was für Florida einem Ertrag gleichkommt. EAB erstellt ein Marketingkonzept, und das bedeutet für Kuoni Aufwand. Nun bittet man das Tourist Board zur Kasse, was in Werbung, Schaufenstern, Seminaren oder «Förderungsgeldern» im Rahmen eines Incentive-Abkommens seinen (finanziellen) Niederschlag finden soll. Auch Hotelketten werden mit nackten Tatsachen konfrontiert; an den oben erwähnten Messen von ITB bis TTW legt Böhlen deren beeindruckten Vertretern Statistiken vor, die die Buchungen von Kuoni-Kunden belegen und die von seinen der Hotels gar nicht hätten erarbeitet werden können. Einziger Schönheitsfehler: Kreditkartenkunden können nicht er-

## Von nun an Mister 60 Prozent

Nachdem Eduard A. Böhlen nach der Lektüre dieser Zeilen sein Image als «Graue Eminenz» losgeworden ist, dürfen wir auch verraten, dass der 62jährige Gewinnoptimierer, der so stolz ist auf seine erreichten Partnerschaften, nicht einmal davon träumt, sich aufs Altenteil zurückzuziehen. «Ich werde weiter für Kuoni arbeiten, wenn auch nur noch zu 60 Prozent», erklärt er. Ein Drittel davon gehört den International Relations, der Rest wird aufgeteilt in Vertrieb – auch der Verkauf von Fremdprodukten in den eigenen Filialen wird «besteuert» – sowie Expansion in Deutschland. «Dieses Land hat für uns eine grosse Zukunft, vor allem auf dem Sektor Commercial und hier wiederum beim Flugwesen. Man bietet uns dort die besten Chancen!»

US

«Toubo». «Noch wird darüber evaluiert», erklärt Rouvinez diplomatisch, «der Entscheid wird aber noch vor Jahresende fallen.» Der Frantour-Direktor erklärt das Zögern in erster Linie mit den enorm hohen Investitionen. Bei einem Ja wird in Genf mit einem Betrag von deutlich über einer Million Franken gerechnet. Das Winterprogramm 1993/94 wäre als «Toubo-Test» geplant, um dann das Sommerprogramm 1994 endgültig aufzuschalten.

### Europa, wir kommen

Apropos Sommerprogramm: Für die Saison 1993 hat Frantour sein Angebot weiter ausgebaut. Neu figurieren beispielsweise im Paris-Prospekt drei kulturelle Themenreisen für Kenner der französischen Hauptstadt. Wegen ent-

sprechender Nachfrage ist der Korsika-Teil von 8 auf 20 Seiten gestiegen, während das Programm «Euro City»/Städtereisen insgesamt 48 Ziele aufweist. Neu figurieren Augsburg, Dresden, Siena, Bologna, Arles, Nyon, Athen (in Verbindung mit dem Frantour-Hotel Verovonda in Porto Heli), Kopenhagen, Oslo, Helsinki, Stockholm und Antwerpen. Die belgische Diamantenmetropole wurde zu Europas kultureller Hauptstadt 1993 ernannt.

Nebst den üblichen Leistungen betonen die Programmgestalter die verstärkten Möglichkeiten in bezug auf den Kartenvorverkauf der kulturellen Angebote sowie die Tatsache, dass jede Destination einzeln bereit ist in beliebiger Kombination mit anderen Städten als «Mini-Rundreise» gebucht werden kann.

EDV Treuhand AG

Lettenstrasse 7

6343 Rotkreuz

Telefon 042 / 64 18 52

Telefax 042 / 64 20 48

Das wesentliche und wenn Sie wollen mehr



Die EDV-Spezialisten in der Reisebranche

ANSCHLAGBRETT

**BERLITZ FERNSTUDIUM**

Sie lernen orts- und zeitunabhängig mit unserem weltweit millionenfach bewährten Material.

Wir betreuen Sie während des Programms. Individuell und persönlich.

**Grundlagenprogramme in 5 Fremdsprachen:**  
Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch, Deutsch

**Massgeschneiderte berufliche Weiterbildung in Englisch:**

- für den Sekretariatsbereich:
  - English for the Office
  - English for the Secretary
  - English for the Executive Secretary
- für den technischen Bereich:
  - Technical English
- für die internationale Geschäftswelt:
  - English for Banking
  - Advanced English for Banking
  - English for Business (LCCI)
- für den medizinischen Bereich:
  - English for Medicine

**Berlitz - der Welt kompetentester Sprachtrainer seit 1878**

Fordern Sie ausführliche Kursinformationen an bei:  
BERLITZ FERNSTUDIUM, Steinitorstrasse 45, 4051 Basel  
Tel. (061) 281 62 00, Fax (061) 281 62 06

**Bar-Fachschule Kaltbach**  
Inhaberin: Michèle Galmairi

**International ausgerichtete Fachausbildung mit Diplom-Abschluss der ersten Barschule der Schweiz.**

Laufend Tages-, Nachmittags- und Abendkurse für Weiterbildung, Umschulung und Privat.

Kostenlose Stelleninformation.  
Weinbergstrasse 37, 8006 Zürich

Tel. 01/261 00 66 (Mo-Fr 10.00-20.00 Uhr)

Name: \_\_\_\_\_  
Vorname: \_\_\_\_\_  
Strasse: \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

**Andy Mannhart AG**  
Hotel & Catering Supplies

**Gemüseschnitzkurse**



Unter der Leitung von Herrn Wang, Küchenchef und Künstler. Daten:  
Montag + Dienstag, 7. + 8. Dez. 1992  
Montag + Dienstag, 14. + 15. Dez. 1992  
Weitere Kurse werden 1993 durchgeführt. Bei 15 oder mehr Personen können Kurse auch ausser Haus durchgeführt werden. Kursort: 6044 Udligenswil-Luzern (direkt neben der Kirche). Kosten: Fr. 269.- für 2 Tage (2x6 Stunden).

Informationen und Anmeldung:  
Andy Mannhart AG, Kirchrainstr. 27  
6044 Udligenswil-Luzern, Tel. (041) 81 11 12  
Fax (041) 81 11 60

51146/329452

**Französischkurse in Nizza**

Intensiv-, Ferien-, Langzeit-Examenkurse  
4-Std.-, 5-Std.- oder 8-Std.-Tag:  
2 bis 24 Wochen.

Unterkunft in Gastfamilie oder Hotel.

Deutschsprachige Auskunft und Freiprospekt.  
Ecole ACTILANGUE  
2, rue Alexis-Mossa  
06000 Nice - France  
Telefon (0033) 93 96 33 84  
Telex 462265  
Fax (0033) 93 44 37 16

31429/123889

**Inserieren bringt Erfolg!**

**INTERNATIONAL EFA HOSPITALITY**

**EFA International School Worthing, England**  
Im Süden, direkt am Meer

**The School of English for you**

- allgemeine Englischkurse: 4-12 Wochen oder länger
- Fachkurse für Hotellerie und Touristik
- Spezielle Vorbereitungskurse Cambridge, 1st Certificate and Cambridge Advanced
- Intensiv-Business-Englisch-Kurs
- Spezielle Ferienkurse im Sommer ab 4 Wochen
- Ausflugs- und Freizeitprogramm
- Unterkunft in ausgewählten Gastfamilien

Verlangen Sie kostenlose Dokumentationen.

**Frau I. Herzog**  
St.-Karl-Str. 54, 6004 Luzern  
Telefon (041) 22 48 86

P 48456/343404

**Das HOTELFACHSCHUL-DIPLOM machen**  
(zu Hause, in der Freizeit)

**... und die Welt steht Ihnen offen!**

Das Diplom einer schweizerischen Hotelfachschule ermöglicht weltweit erstaunliche Karrieren - und jetzt können Sie dieses begehrte Diplom auch ohne den Besuch einer Schule erwerben, nämlich durch ein berufs begleitendes bequemes Freizeitsstudium zu Hause (hochentwickelter, modernster Fernunterricht).

**Leichtfasslich geschriebene Lehranleitungen**, die Sie per Post monatlich zum Durcharbeiten erhalten, vermitteln Ihnen das gesamte Wissen, das Sie zum Bestehen der Diplomprüfung benötigen. Ihre Hausaufgaben-Lösungen, die Sie uns monatlich zur Korrektur und individuellen Kommentierung durch unsere qualifizierten Fachlehrer einsenden, dienen Ihnen ständig zur Kontrolle Ihres Wissensstandes, und auftauchende Fragen beantworten unsere freundlichen Dozenten gerne am Telefon oder auch schriftlich.

**Verlangen Sie doch einfach einmal unverbindlich eine Gratis-Probelektion** und die ausführliche farbige **Hotelfachschul-Broschüre** mit den detaillierten Angaben über den umfassenden Lehrgang. Wenn Sie dann den Kurs doch nicht absolvieren wollen, schicken Sie die Lektion einfach innert 10 Tagen zurück.

**Die Kursdauer ist variabel** - je nach Ihrem Wunsch! Normalerweise dauert der Kurs 3 Jahre, darf aber auch schneller beendet werden, z. B. nach 2, 1½ oder sogar nach 1 Jahr, wenn Sie mehr Freizeit ins Studium investieren wollen. Die Kurskosten sind bescheiden: nur Fr. 198.- pro Studienmonat.

**Sie können nur gewinnen**, wenn Sie jetzt den Gutschein einsenden, denn - auch wenn Sie am Kurs nicht teilnehmen wollen - dürfen Sie unser **Überschussgeschenk** behalten, mit dem wir uns bei Ihnen für Ihr Interesse bedanken.



Welche Fax-Nummer ist richtig?

Redaktion: (031) 50 72 24  
Verlag: (031) 46 23 95  
Stellenanzeigen: (031) 46 23 95  
Geschäftsanzeigen: (057) 44 26 40  
deutsche Schweiz

**SPRACHAUSBILDUNG**

Intensiv-, Ferien-, Diplommkurse  
Anfänger und Fortgeschrittene  
Kursbeginn wöchentlich/monatlich  
Exkursionen, Sport, Kultur

**ENGLAND \* USA \* AUSTRALIEN**  
**FRANKREICH \* ITALIEN**

Dokumentation/Beratung: Annemarie Frischnecht  
Tel. (01) 926 39 58, Sensacher 13, 3712 Stäfa  
42661/22342

**AKAD**  
AKAD AKADEMIKERGESELLSCHAFT FÜR ERWACHSENENFORTBILDUNG

Hotel-Handelsschule SHV Zürich:

**Grenzüberschreitende Aussichten**

Die Karriere in der Hotellerie, eine Berufslaufbahn voller Abwechslung und Aussichten, national wie international, beginnt in einer SHV-anerkannten Hotel-Handelsschule. Die AKAD führt im Auftrag des Schweizer Hotelier-Vereins nach den Lehrplänen der vereinsigenen Schulen (Bern und Lausanne) die Hotel-Handelsschule SHV Zürich. Ziele:

**HOTEL-SEKRETÄR/IN MIT DIPLOM SHV**  
1 Jahr Vollzeitschule und 1 Jahr gelenktes (und bezahltes) Praktikum.

**HOTEL-SEKRETÄR/IN MIT EidG. FÄHIGKEITS-ZEUGNIS**  
Inhaber/innen des Diploms SHV erreichen das EidG. Fähigkeitszeugnis für Kaufleute (=mit KV-Abschluss-) nach Wunsch durch ein zusätzliches Jahr Vollzeitschule oder durch nebenberufliche Vorbereitung.

**BERATUNG, AUFNAHME:**  
Die Aufnahme erfolgt in einem Beratungsgespräch im Rektorat Minerva Zürich, der Ganztageschule der AKAD. Bitte vorher das Unterrichtsprogramm verlangen (siehe Coupon).

**AUSBILDUNGSORTE:**

1. AKAD-Schulhaus Minerva Scheuchzerstrasse 2-4 8006 Zürich (1 Jahr Vollzeitschule)
2. Hotelbetrieb, ausgewählt in Zusammenarbeit mit dem SHV (1 Jahr gelenktes Praktikum)
3. AKAD-Schulhaus Minerva Scheuchzerstrasse 2-4 8006 Zürich (Vorbereitung EidG. Fähigkeitszeugnis)

**NÄCHSTER UNTERRICHTSBEGINN:**  
1. März 1993

**ANMELDESCHLUSS:**  
5. Januar 1993

**VERLANGEN SIE BITTE AUSKUNFT: TELEFON 01/307 33 33**

Schriftlich: bitte Coupon einsenden!

Hotel-Handelsschule SHV, Ganztageschule der AKAD, Postfach, 8050 Zürich, oder Fax 01/302 57 57  
Senden Sie mir bitte das Unterrichtsprogramm der Hotel-Handelsschule SHV

Name: \_\_\_\_\_ Vorname: \_\_\_\_\_  
Strasse: \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

**KARRIEREAUSSICHTEN:**  
Hoteladministration und Réception (Hotelsekretär/in) durch praktische Bewährung und Weiterbildung; Hotel-direktionsassistent/in bis zur Geschäftsführung von Hotels.

053/090

**Neue Hotelfachschule Zürich**  
(Unter Leitung und Mitwirkung von dipl. Hoteliers-Restaurateuren SHV und staatl. Gastgewerbelehrern)  
Räffelstrasse 11, 8045 Zürich, Tel. 01/461 03 60

**Gratis-Probiergutschein für Hotelfach-Kurs**

Ja, ich möchte das Hotelfachschul-Diplom erwerben. Schicken Sie mir deshalb per Post (kein Vertreterbesuch) das umfangreiche Kursprogramm und mein Überraschungsgeschenk (beides darf ich behalten) sowie das 1. Monatspensum als kostenloses und unverbindliches Probestudium.

Bei Nichtgefallen schicke ich die Kursunterlagen innert 10 Tagen an Sie zurück, und der Fall ist für mich erledigt. Andernfalls mache ich definitiv mit und bleibe Kursteilnehmer für 3 Jahre. Ich habe die Möglichkeit, den Kurs auch schneller zu absolvieren oder ihn zu kündigen (mit dreimonatiger Frist auf Ende eines Kursjahres). Das monatliche Kurshonorar beträgt nur Fr. 198.-; ich bezahle es monatlich mit Einzahlungsschein, den Sie mir schicken.

Name: \_\_\_\_\_ Vorname: \_\_\_\_\_  
Strasse: \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort: \_\_\_\_\_  
Tel.: \_\_\_\_\_ Geb.-Datum: \_\_\_\_\_  
Ort und Datum: \_\_\_\_\_  
Unterschrift: \_\_\_\_\_ 6201

(Bei Jugendlichen des gesetzl. Vertreters) **Kein Vertreterbesuch!**

(MEINE MEINUNG)

## Mehr Mut



Nun findet zum ersten Mal in der Schweiz eine reine Fachausstellung zum Thema Käse statt. Eine Tatsache, die im ersten Moment überrascht, da das Thema Käse doch so präsent ist. Käse ist ein fester Bestandteil der Schweiz und wird es auch immer bleiben. Selbst wenn die grössten Schwarzseher mit bedrohlich erhobenem Zeigefinger darauf hinweisen, dass bald keine Schweizer Milchkuh auf den steilen Alpbhängen stehen wird, weil... ja, weil... der EWR kommt! Dabei steht schwarz auf weiss geschrieben, die Schweizer Nahrungsproduktion samt den saftigen Preisen seien von den EWR-Bestimmungen ausgenommen. Aber dies wird nicht wahrgenommen. Denn sachliche Auseinandersetzungen sind schon längst tauren demagogischen Anzeigen in den Zeitungen gewichen.

Aber zurück zur Käseausstellung. Was so wirklich überrascht, ist, dass so viele Jahre ins Land vergangen sind, bis dieses so typische Produkt mit einer eigenen Messe geehrt wird. Anscheinend war es über Jahre, ja Jahrzehnte gar nicht notwendig, konkret etwas für den Käse zu tun. Als würde rein das Angebot die Nachfrage bestimmen und nicht der Käufer mit seinen Wünschen im Vordergrund stehen. So wie bei Mercedes-Benz die Verkäufer eigentlich reine Zuteiler waren, weil die Nachfrage überquoll. Heute müssen sie verkaufen lernen. Auch die Käseunion lernt langsam verkaufen. Sei es nun, dass sie ihr Angebot spezifiziert und verschiedenen reife Käse auf den Markt bringt oder dass sie sich nun im Sponsoring übt.

Eine Frage, die immer wieder aufgeworfen wird, ist, ob sich denn Schweizer Agrarprodukte von der Qualität her überhaupt im Ausland verkaufen. Wenn diese laut und deutlich mit ja beantwortet wird, lachen viele Schweizer und schütteln ungläubig den Kopf. Was mich da immer so ärgert, ist dieses mangelnde Selbstbewusstsein. In der Schweiz werden Spitzenprodukte mit hoher Qualität hergestellt. Versuchen Sie einmal ein annähernd gutes Yoghurt im Ausland aufzutreiben, vielleicht noch irgendwelche bulgarischen... Versuchen Sie, im umliegenden Ausland ein Stück würzigen Hartkäse, der so richtig nach Bergen, Wiesen und guter Luft schmeckt, aufzutreiben. Schon mal in einen holländischen Leerdammer gebissen? Dann wissen Sie, wovon ich spreche. Das gleiche ist mit den Schweizer Weinen, ja lachen Sie nicht... es gibt hervorragende Schweizer Weine, die im Ausland Abnehmer finden würden, wenn diese wissen, wo sie welchen finden könnten. Wenn ich in Deutschland einen Schweizer Abend mit Fondue und allem drum und dran machen möchte, ich weiss gar nicht in welche Delikatessengeschäfte ich rennen muss, um ein paar Flaschen Schweizer Weisswein aufzutreiben. Folglich nehme ich sie gleich aus der Schweiz mit und schwitze mir an der Grenze ein ab, ob ich nun zuviel Weisswein dabei habe oder nicht. Da ich schon wieder vergessen habe, wieviel Volumenprozent Alkohol ich wohin schleppen darf. Aber das mit den Grenzen ist noch einmal eine andere Geschichte.

Aber zurück zur Käseausstellung. Was so wirklich überrascht, ist, dass so viele Jahre ins Land vergangen sind, bis dieses so typische Produkt mit einer eigenen Messe geehrt wird. Anscheinend war es über Jahre, ja Jahrzehnte gar nicht notwendig, konkret etwas für den Käse zu tun. Als würde rein das Angebot die Nachfrage bestimmen und nicht der Käufer mit seinen Wünschen im Vordergrund stehen. So wie bei Mercedes-Benz die Verkäufer eigentlich reine Zuteiler waren, weil die Nachfrage überquoll. Heute müssen sie verkaufen lernen. Auch die Käseunion lernt langsam verkaufen. Sei es nun, dass sie ihr Angebot spezifiziert und verschiedenen reife Käse auf den Markt bringt oder dass sie sich nun im Sponsoring übt.

Also kurz gesagt, Schweizer Nahrungsmittel haben Absatzmöglichkeiten im Ausland. Auch wenn sie mehr kosten. Bedingung ist, dass sie sich klar als das ausgeben, was sie sind, und angeben, woher sie sind. Die Marke Schweiz hat einen Nimbus, den viele Schweizer selbstsamerweise gar nicht mehr wahrhaben wollen. Aus welchen Gründen auch immer. Also mit erhobenem Haupt und frischem Mut raus in die harte Marktwirtschaft. Gerade die so als Hedonisten verschrieenen Eglar gönnen sich gerne besondere Produkte. Und Sie wollen doch nicht behaupten, ein Schweizer Produkt sei nichts Besonderes?!

Riccarda Schön

SIAL '92, Paris-Villepinte

## Trotz Marketingeuphorie erstes Krisengeflüster

Obwohl die Lebensmittelindustrie in wirtschaftlich schlechten Zeiten meist als letzte Branche mit der Krise konfrontiert wird, waren auf dem diesjährigen Salon International de l'Alimentation (SIAL) in Paris-Villepinte die ersten Anzeichen für eine Verlangsamung zu spüren. Zwar erreichte die Ausstellungsfläche mit 100 000 m<sup>2</sup> nahezu die Fläche von 1990, obwohl in diesem Jahr erstmals ein gesonderter Getränke-SIAL im Juni stattgefunden hatte. Deshalb ist auch die Ausstellerzahl leicht zurückgegangen - 4000 gegenüber 4596 vor zwei Jahren - hingegen erzielte man bei den Besucherzahlen neue Rekorde mit 100 337 Registrierungen gegenüber 90 189 im Jahre 1990.

KATJA HASENKAMP, PARIS

Eine leicht marode Stimmung lässt sich nicht verleugnen. Die Zeiten, da neue Produkte «auf Teufel komm' raus» auf den Markt geworfen wurden, scheinen vorbei. Man will zwar weiterhin Marktanteile mit Neuheiten gewinnen, wie einige Aussteller auf dem diesjährigen Salon International de l'Alimentation in Paris versicherten, aber meist handelt es sich nur um ein «remake» in neuer Verpackung.

Nur Megagruppen wie Nestlé, Unilever, Philip Morris und BSN... können sich heute noch die Entwicklung und Vermarktung wirklich neuer Produkte leisten, für die nach der Entwicklung viel Marketingaufwand getrieben, und ein ungeheures Werbebudget eingesetzt werden muss. Die kleineren und mittleren Unternehmen hinken hoffnungslos hinterher und gerade in Frankreich gehört das Gros der Betriebe der Lebensmittelindustrie noch dieser Kategorie an.

Für sie kommt der Trend «zurück zu den ursprünglichen Werten» gerade recht. In Krisenzeiten besinnt sich die Hausfrau auf die Grundnahrungsmittel, und das zu einem vernünftigen Preis.

Bodenständiges ist wieder vermehrt gefragt, denn wer Sorgen hat sucht in altbekannten Geschmacksrichtungen Trost. Wer sparen muss, will zudem gerne auf überteuerte «light»-Produkte verzichten. «Reduzierte» Lebensmittel ganz allgemein, mit «weniger Fett», «weniger Kohlenhydrate», «weniger Cholesterin», weniger dies und weniger das... sind nicht mehr «in». Auch «angereicherte» Produkte, mit «garantierten Vitaminwerten», «erhöhtem Eisen-gehalt» und «wichtigen Spurenelementen» sind weniger gefragt.

### Kritische Konsumenten

Was die «Bio»-Welle betrifft, so «schwappete» sie in diesem Jahr zwar über nahezu alle Sial-Stände, scheint zumindest beim französischen Konsumenten aber bereits wieder abzuklingen, ehe sie so richtig in Schwung gekommen ist. Zumindest wissen die Asterix-Nachfahren heutzutage sehr wohl, dass es gilt, jedes Etikett genau zu lesen, um nicht ganz normale Ware als umweltfreundlich «untergejubelt» zu bekommen.

Was bleibt, sind portionenweise abgepackte Mahlzeiten, die leicht zubereiten sind, denn der gemeinsame Mit-

tagstisch oder das Abendessen mit der ganzen Familie gehören endgültig vergangen Zeiten an; in modernen Haushalten ist jedes Familienmitglied nach seinem eigenen Tagesrhythmus und will sich sein Essen individuell zubereiten können.

### Fertiggerichte für alle

Zudem wird auch in Frankreich immer deutlicher, was für Deutschland und die Schweiz schon lange stimmt, die Hausfrau hat es eilig und will ohne viel Mühe schnell kochen. Fertiggerichte für die ganze Familie bleiben daher ebenfalls weiter «in». Allerdings dürften sie bei anhaltender Krise der europäischen Volkswirtschaften dem Rotstift spander Familienväter zum Opfer fallen, denn sie sind bekanntlich nicht gerade billig.

Ausserdem scheinen Nahrungsmittel für «Form und Fitness» gefragt, denn das Frühstück mit Cornflakes und Müsli findet allmählich sogar in romanischen Ländern Anklang. Vielleicht weil Mittag- und Abendessen zum Schnellimbiss degradiert werden. Das mag auch der Grund sein, weshalb sich die lieben Kleinen in der Schulpause Energie aus Müsli-, Getreide- und Kokosriegeln holen müssen.

## Neu: «Cerise de boeuf»

Neben diesen Grundtendenzen seien aber auch noch einige Neuheiten vorgestellt. Da ist die sogenannte «cerise de boeuf», eine Variante des Hacksteaks. «Seit der Erfindung des Hacksteaks, zu Beginn des Jahrhunderts», so preist der normannische Hersteller sein Produkt an, «handelt es sich erstmals um eine völlige Neuheit auf dem Fleischsektor». Das Fleisch wird in Faserrichtung millimeterdick geschnitten und dann wieder zusammengefügt - «Zartheit und Geschmack» werden so garantiert. Bleibt abzuwarten, ob der Verbraucher diese neuartigen Tournedos schätzen wird.

Das gilt auch für den italienischen Käse, der mit Trüffel aromatisiert ist und «gerieben zu zahlreichen Gerichten passt, oder schuppenartig geschnitten als Aperitifhappen gereicht werden kann». Last not least sei die «fle flottante» in der Konservendose erwähnt, deren «Besonderheit in der Präsentation und vor allem in ihrer Organempfindungen - auslösenden Qualität liegt» - eine schwammige Angelegenheit in dicker Creme, die mit dem leichten Eischaum auf geschmackvoller Vanillesauce herkömmlicher «des flottantes» nichts gemeinsam hat. HAS

## MIXED PICKLES

### Farming for flavours

Zu einer Weinkostprobe besonderer Art luden die Verantwortlichen der in Schwyz und Luzern domizilierten St. Jakobskellerei, eines Familienunternehmens, das sich ausschliesslich mit Weinhandel befasst und heute von der fünften und sechsten Generation Schuler geführt wird.

Angesagt war eine Blind-Vergleichsdegustation kalifornischer Spitzenweine, welche von Schweizer Produzenten angebaut werden. Ein rundes Dutzend Gewächse galt es zu testen: Sieben Chardonnay der Jahrgänge 1989 und 1990 sowie fünf Cabernet Sauvignon 1986 und 1988. Die Bewertungen der acht Degustateure fielen, wie dies bei Blinddegustationen häufig zu beobachten ist, recht unterschiedlich aus. Nur soviel sei verraten: Die von der St. Jakobskellerei vertriebenen Weine der Familie Benziger, Besitzer der Glen Ellen Vineyards, (Sonoma Valley) werden durchwegs zu gefallen. Gemäss Mike Benziger beginnt die «Kreation» der Weine bereits im Rebberg. Dank speziellen Weinbau-Techniken als Bestandteil des ganzen Vinifikations-Prozesses ist es dem Önologen-Team gelungen, Qualität und Charakteristik ihrer Weine laufend zu verbessern; der Weinbauer spricht vom «farming for flavours». MM

### «Umschige, bitte!»

Für die Sommergastronomie auf dem Schiff in Rheinfelden ist es zu kalt geworden. Darum bitten die Jungunternehmer Philipp Thoma (Restaurant Hotel Ochsen) und Jörg Christoffel (Comestible, Traiteur), die gemeinsam als «ChrisTho» einen Partyservice anbieten, vom Schiff auf den Zug umzusteigen. Bei der Oesingen-Balsthal-Bahn haben sie drei nostalgische Eisenbahnwagen der Belle Epöque ausgeliehen. Achtzig Sitzplätze mit Salon und Bar bietet die Wintergastronomie auf den Schienen der historischen Station der Brauerei Feldschlösschen. Bis zum 20. Dezember ist der Freitag jeweils für Privat- oder Geschäftsanlässe reserviert. Für Seminare, Modeschauen, Aperos und alle möglichen Anlässe können die Salonwagen belegt werden. MSA

### Planteurs zu Howeg

#### «verpflanzt»

Howeg Gastro in Grenchen hat die Planteurs Réunis S.A., Vevey und Winterthur, von Rinsoz & Ormond übernommen und die neue Gruppe neu strukturiert: Howeg widmet sich im Lebensmittel- und Getränke (Wein-)Bereich künftig den Basisprodukten und betraut die Planteurs mit dem Vertrieb von Delikatessen, Spezialitäten und Exklusivitäten an die Gourmet-Welt und die Sommelierie im Hotel- und Gastgewerbe. Personell soll sich wenig ändern: Die Gesamtleitung liegt bei P. Nagel (Howeg); Ch. Vogel (Planteurs) übernimmt die Gourmet- und Sommelierieverantwortung für die ganze Gruppe. PO

### Eine Aktion mit Biss

Alle Zugvögel oder Pender, die vergangenen Sonntag und Montagmorgen an einem der 20 grössten Bahnhöfe der Schweiz vorbeikamen, erhielten gratis einen erstklassigen, knackigen Apfel aus der umweltfreundlichen «integrierten Produktion». Der Schweizerische Obstverband organisierte diese Promotion in Zusammenarbeit mit der Eidgenössischen Alkoholverwaltung, den Kantonalen Zentralstellen für Obstbau und den SBB. Die Konsumenten sollten sich dadurch von der ausgezeichneten Qualität der diesjährigen reifen Obststerne überzeugen können. Ein Biss in die knackigen Elstar oder mild-süssen Gala sollte an diesen nebligen Novembertagen wahr Wunder bewirken. r

### Schweizer Gemüse aus Integrierter Produktion

In rund zwei Wochen kommt das erste Schweizer Gemüse mit dem Markenzeichen Integrierte Produktion (IP) auf den Markt. Die anfänglich noch bescheidenen Lieferungen werden vorerst im Direktverkauf und auf den bäuerlichen Wochenmärkten auftauchen. Eine nationale Kommission hat die ersten 135 Gemüseproduzenten als IP-Betriebe anerkannt und ihnen die Benützung der gesamtschweizerisch gültigen IP-Etikette erlaubt. lid

### Euregio Bodensee

## Mangelnde Identifikation

In Fachkreisen hat sich die Euregio Bodensee schon längst als fester Begriff etabliert. In der Praxis aber fehlt nicht nur eine gemeinsame Strategie, man vermisst auch ein Regionalbewusstsein, das unabdingbare Voraussetzung für ein effizientes Marketing ist.

Anlässlich eines Degustationssessens, zu dem der «Cercle créatif des Gastronomes thurgoviens» Kollegen und Presseleute aus den drei Bodenseeanrainerstaaten in die von Georg Schraner geführte Krone (Gottlieben) eingeladen hatte, wies Präsident Christoph Hug einmal mehr auf die Identifikationsprobleme der Bodenseeregion hin. Heute noch, am Vorabend eines geeinten Europas, wird die Tourismuszone rund um das Schwäbische Meer vorwiegend von Einzelinteressen geprägt. Hug sieht daher eine der dringendsten Aufgaben der Touristik, Hoteliers und Gastronomen, ein einheitliches und werbewirksames Konzept für die Gesamtregion zu erarbeiten und sich damit zu identifizieren. Vorbilder, so Hug, könnten die Toskana oder das Elsass sein, die sich weit über Europa hinaus einen Namen geschaffen haben. Ein Instrument dazu wäre unter anderem die 1972 gegründete Internationale Bodenseekonferenz (IBK), die sich

in Artikel 2 ihrer Statuten zum Ziel gesetzt hat, «die Zusammengehörigkeit des Bodenseeraumes zu stärken». Doch wenn die IBK in dieser Hinsicht auch auf einige Achtungserfolge verweisen kann, musste ihr Sprecher, Ulrich Eichenberger, dennoch mehrere Vorbehalte gegenüber zu hohen Erwartungen machen. Das «Loch in der Landschaft», womit Eichenberger den Bodensee meinte, habe leider mehr trennende als verbindende Eigenschaften, seit der See seine Bedeutung als Schifffahrtsweg ver-

loren habe. Um die Bodenseelandschaft als einheitliche Region vermarkten zu können, müsste allererst ein entsprechendes Bewusstsein geschaffen werden.

Doch die Toskana- bzw. Elsass-Idee wird noch geraume Zeit Utopie bleiben. Im Augenblick fehlt ganz einfach der Kopf, der die zahlreichen Einzelinteressen zu vereinen und zu koordinieren versteht. SS

### REKLAME

## Hotelzimmer perfekt eingerichtet



Senden Sie uns bitte Ihre umfassende Dokumentation.  
Name: \_\_\_\_\_  
Adresse: \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort: \_\_\_\_\_  
Bitte einsenden an: HR92  
Victoria-Werke AG, Möbelfabrik, 6340 Baar  
Tel. 042-33 15 51, Fax 042-31 93 00

### SCHLEMMERWOCHEN

19. 10.-20. 11.	Cajun Food Festival	Central Plaza	Zürich
10. 11.-20. 11.	Dzaine alsacienne	De la Paix	Lausanne
4. 11.-22. 11.	Spiz mit Honig	Atlantis Sheraton	Zürich
5. 11.-22. 11.	Wienertochen	Euler	Basel
6. 11.-22. 11.	Bonjour la Romandie	Sonne	Schwarzenburg
4. 11.-24. 11.	Risottowochen	Windrose	Autobahn-raststätten

Grössere Auswahl bei Käse

## Hartkäse in der Offensive

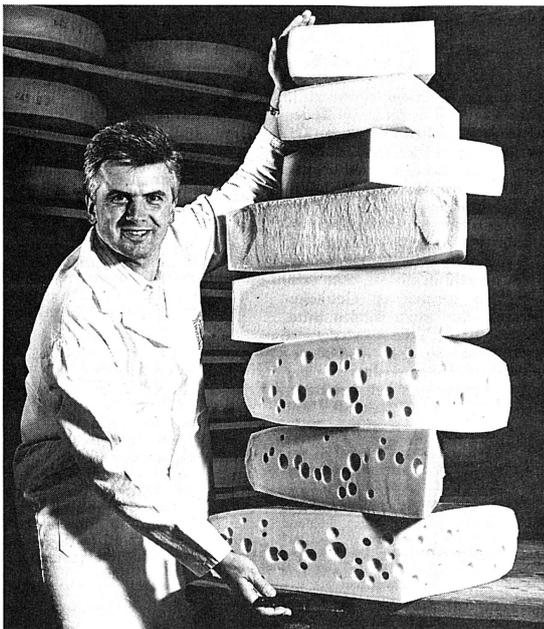
Hartkäse muss sich gegen ein ständig wachsendes Lebensmittelsortiment behaupten. Um dem Wunsch der Konsumenten nach differenzierteren Angeboten gerecht zu werden, sollen Emmentaler, Gruyère und Sbrinz in naher Zukunft in verschiedenen, klar definierten Segmenten auf den Markt kommen. Mit dieser Massnahme will die Schweizerische Käseunion AG ihren drei Klassikern zusätzliche Marktanteile erobern.

Bald gibt es drei verschiedene Emmentaler: den milden, den reifen und den feuchtgelagerten. Zugleich wird der Emmentaler um eine Spur weicher fabriziert, was zwei erwünschte Folgen hat: Das Aroma des weicherer Käse teils sich dem Gaumen bereits im jungen Stadium besser mit und dürfte beim reifen Emmentaler nach gut acht Monaten reifen Pflege gegenüber heute ausgeprägter sein. Der feuchtgelagerte Emmentaler wirkt noch akzentuierter und kräftiger, obschon auch er – wie jeder Emmentaler – äusserst salzarm ist. Die Feuchtlagerung unterstützt den Eiweissabbau und fördert damit den Reifeprozess, so dass das Merkmal für maximale Reife, nämlich eingefallene, nicht mehr runde Löcher mit Salzwaserstränen, schon relativ früh eintritt.

### Gruyère ein Westschweizer Produkt

Gruyère-Liebhaber wählen schon längst zwischen verschiedenen Altersstufen: «doux» (mild) wirkt der junge Gruyère, «salé» (rezept) der vollreife, dazwischen liegen zahlreiche mittlere Reifegrade. Um die Eigenständigkeit dieser Westschweizer Spezialität auch in Zukunft zu gewährleisten, wurde das Produktionsgebiet auf die Westschweiz beschränkt, was einen ersten Schritt in Richtung «Appellation d'origine contrôlée – AOC» bedeutet. Da Rohmilch ein besonders volles Aroma verspricht, soll die Verwendung von Rohmilch beibehalten werden. Natürlich verlangt diese eindeutig auf Qualität ausgerichtete Produktvorstellung strenge Richtlinien für Milchproduzenten, Käser und Handel.

Der Innerschweizer Sbrinz wurde schon immer als Reibkäse sowie auch als



Bald gibt es nicht mehr einfach Emmentaler, Gruyère und Sbrinz, sondern acht unterschiedliche Spezialitäten: zuunserer drei verschiedene Emmentaler – mild, reif und feuchtgelagert. Der Sbrinz in der Mitte wird etwas weicher für die Käseplatte, zum Brechen und Hobeln, aber härter und bröckeliger für die Käseaffel zur Verfügung stehen, und der Gruyère soll in verschiedenen Altersstufen in einem klar umrissenen Produktionsgebiet in der Westschweiz aus Rohmilch hergestellt werden.

Bild Markus Niederhauser

Tafel-, Hobel- und Dessertkäse verwendet. Neu ist, dass er auch in zwei Qualitäten aufs Regal kommt: etwas geschmeidiger und weicher für die Käseplatte, zum Hobeln und Brechen, härter und bröckeliger für die Käseaffel. Da Sbrinz zwei Jahre Reifezeit benötigt, dauert es gute zwei Jahre, bis der Markt mit den beiden Angeboten beschickt ist; bei Emmentaler und Gruyère kommt die

Umstellung entsprechend der kürzeren Reifezeit in etwa einem Jahr zum Tragen.

Die Schweizerische Käseunion ist überzeugt, die breitgefächerten Konsumentenwünsche mit der neuen, differenzierten Auswahl gut abzudecken. Ziel ist es, dem Hartkäse im stark umworbene Käsemarkt zusätzliche Absatzmöglichkeiten zu sichern. r./RSCH

## FIRMEN BERICHTEN

### Lefte – starke Biere im Kommen

Lefte ist ein typisches obergäriges Bier aus Belgien, das nach uralten Rezepten der Mönche des Klosters von Lefte gebraut wird. Mehr Hopfen, sorgfältig ausgewähltes Malz und höhere Temperaturen machen Lefte aromatischer und geben ihm den leicht bitteren, angenehmen starken Geschmack. Mit über sechs Prozent Alkohol ist Lefte stärker als Lagerbier. Trotzdem ist es mild und bekömmlich zu trinken. Lefte ist ein einzigartiges Bier mit einzigartiger Tradition. Dazu gehört auch die korrekte Art des Einschenkens: Das Glas muss die richtige Form haben und blitzsauber sein. Bei 6°C wird Lefte im Abstand von 20 Zentimetern zum Glas ausgeschenkt. Dann entfaltet Lefte sein einzigartiges Aroma. Lefte gibt es in drei Sorten. Lefte «blond» ist ein rundes, weiches Bier mit starkem Geschmack. Das leicht geröstete Spezialmalz gibt dem Lefte



«brun» seinen unvergleichlichen Geschmack. Mit seinen 8,5 Prozent Alkohol ist das Lefte «radieuse» ausgesprochen stark und doch ausgewogen und harmonisch.

Erhältlich bei Fritz Lanz AG, Getränkegrosshandel, Dietikon, Telefon (01) 740 22 55.

### Basis für Meeresfrüchte-Sauce und -Crèmesuppe

Meeresfrüchte gewinnen zunehmend an Beliebtheit; denn sie lassen sich auf schmackhafte und originelle Art zubereiten.

Als Grundlage für Saucen und Suppen mit Meeresfrüchten wurde ein entspre-



chendes Produkt entwickelt: die HACO-Basis für Meeresfrüchte-Sauce und -Crèmesuppe. Die Sauce ist auf Crevettenpulver aufgebaut und so abgeschmeckt, dass viel Spielraum für eigene Kreationen bleibt.

Diese Basissauce passt vorzüglich zu allen Krusten- und Schalentieren, Salzwasserfischen, Fischklösschen, Fisch- oder Meeresfrüchtegratin, wie aber auch zu Lachs oder Forellenfilets. Für Füllungen von Fischkrustaden, Pastelli und als Basis für Meeresfrüchte-Crèmesuppe oder Bisque ist sie ebenfalls geeignet.

Der Inhalt einer Dose von 900 g ergibt zirka 11,2 Liter Sauce. Sie ist in Kartons mit sechs Dosen à 900 g erhältlich. Die Basis für Meeresfrüchte-Sauce bleibt ungeöffnet während 18 Monaten einwandfrei.

Weitere Auskünfte: Telefon (031) 950 11 11, intern 448, bei der HACO AG in Gmülden.

### Neue Speisefettcreme

Die diers morgia ag lanciert für die neuzeitliche, leichte Küche in Hotels, Restaurants und im Grossverpflegungsbereich ein weiteres Biofin-Markenprodukt.

Die Entwicklung von Biofin Gourmet ist in enger Zusammenarbeit zwischen

der Entwicklungsabteilung, Anwendern und Ernährungsforschern entstanden, und basiert auf zusammengesetzten ungehärteten Speisefetten und Ölen.

Das dem Ernährungstrend entsprechende Produkt eignet sich ideal zum Braten, Dünsten, Kochen, Grillieren und Marinieren. Biofin Gourmet lässt sich hoch erhitzen, ist handlich und sparsam im Verbrauch. Das Aroma verleiht Gemüse-, Fleisch- und Fischgerichten einen vollen Geschmack.

Das handliche 10-Liter-Bidon kann dank dem Ausfluss-Stutzen auch zum Abfüllen von Kleingebinden verwendet werden.

Prospekte und Rezepte können direkt bei der diers morgia ag, Industrie-ring 30, 3250 Lys, Tel. (032) 84 88 88, angefordert werden.

### Gold für Schweizer Destillat

Die als Réserve particulière bezeichnete Schweizer Spirituose «Andreas Affentranger» wurde anlässlich der Fachausstellung Gastronomie in Lausanne mit Goldmedaillen ausgezeichnet. Kirsch, Williams und Pfümlü wurden von der überaus strengen und fachkundigen



Jury mit der höchsten Auszeichnung dekoriert. Die neue Linie «Andreas Affentranger» stellt das Premium-Destillat der Distillerie Willisau dar und trägt den Namen des aktiv im Geschäft tätigen Mitinhabers.

Weitere Informationen: Diwisa Distillerie Willisau SA, 6130 Willisau, Telefon (045) 81 18 15, Fax (045) 81 39 05.

# Traitafina AKTUELL

Traitafina AG, 5600 Lenzburg 1  
Tel. 064 59 22 11  
Fax 064 59 22 51

Büro Grenchen, Tel. 065 53 06 01 - Bureau Crissier, Tel. 021 635 16 64  
Büro Landquart, Tel. 081 51 61 50 - Ufficio Ticino, Tel. 091 95 22 21

## Aktuelle Angebote und Aktionen für Gross-Verbraucher vom 16.-27. 11. 1992

Sauerbraten S-B Kessel zu 10 kg	Schulterspitz	Fr. 10.80/kg
Sauerbraten S-B Kessel zu 10 kg	(Schullerfilet + dicke Schuller)	Fr. 13.90/kg
Rohschinken «Schwarzwälder Art» mit Schwarte, 2-3 kg, VAC	ab 10 kg	Fr. 26.40/kg Fr. 25.90/kg
Rohschinken «Schwarzwälder Art» ohne Schwarte, 2-3 kg, VAC	ab 10 kg	Fr. 28.40/kg Fr. 27.90/kg
Rehschlegel ohne Schlossbein, TK ca. 1,5-2,3 kg	AKTION ab 20 kg	Fr. 21.40/kg Fr. 20.90/kg
Gems-Pfeffer 1a Kessel zu 10 kg	ohne Bein AKTION	Fr. 16.20/kg

## Neuheit aus dem La Toque-Sortiment

Nasi Goreng, CSV	AKTION	Fr. 12.80/kg
Reis, Schweinefleisch, Schinken, Gemüse	ca. Fr. 5.25/Portion	
Soja; ca. 410 g/Portion		

Holzfüller-Schinken ca. 2,5-4 kg, VAC	Vorderschinken ab 10 kg	AKTION	Fr. 12.40/kg Fr. 11.90/kg
Aargauer Schweinswurst 100 g/Paar	Beutel zu 6 Paar, VAC	AKTION	Fr. 1.57/Pa Fr. 1.55/Pa
Bauernbratwurst 130 g Beutel zu 6 Stück, VAC		AKTION	Fr. 1.50/St
Kaninchenrückensfilets TK einzeln verpackt, Karton zu ca. 6 kg		AKTION	Fr. 31.80/kg
Poulet Cordon forestière 150 g Karton zu 5 kg = 34 Stück		AKTION	Fr. 71.00/Ka Fr. 2.08/St
Buntbarschfilet ohne Haut, TK 25-35 g, Karton zu 5 x 1 kg		AKTION	Fr. 14.90/kg Fr. 13.80/kg
Karotten primeur, TK Karton zu 2 x 2,5 kg		AKTION	Fr. 4.70/kg Fr. 4.55/kg

Ihr Partner für Fleisch, Comestibles und Traitteur-Spezialitäten

## VARIO-CODE-SYSTEM

Mehr als ein Schliess-System für Hotels

- Mit Schlüsselcode-Umstellung bei Schlüsselverlust
- Kein Stromanschluss, keine Batterie
- elektr. Nachportler für Haupteingangstür
- Zimmerschlüssel als Kreditkarte
- Integrierbar ins Reservierungs- und Abrechnungssystem
- Pass... und ist preiswert wie Schliesszylinder

**SCHÄNIS Schlossfabrik Schulte & Co.**  
8718 Schönis, Tel. (058) 37 14 84, Fax (058) 37 19 09

Käse in der Gastronomie

# Die salzigen Tränen des heiligen Uguzon

Wollten wir unserer eigenen Sprache glauben, wäre Käse wirklich das Letzte. Oder ist es nicht so, dass unser urtypisches Nationalprodukt – neben der Schokolade – für all das herhalten muss, was wir als Quark empfinden? Aber natürlich ist das Käse – nicht nur von Schweizerart.

DORIS BLUM

Die Schweizer mögen sehr viele Dinge erfunden haben, doch den Käse müssen sie sich mit andern teilen. Allerdings ist es von den ersten urchigen Ergebnissen bis zu den neueren (r)affinierten Delikatessen ein langer Weg. In der Schweiz stellten die Hirten der verschiedenen Alpengregionen noch bis ins 18. Jahrhundert einen Hartkäse her, der dem Rezept nach überall gleich war. Er musste vor allem robust sein, um selbst wildeste Transportabenteuer zu überstehen. Nicht von ungefähr wird die Käseunion mit dem Sbrinz als einem Urschweizer, da diese Laibe an der Luft erst trocknen und härten, bevor sie zum Warenaustausch in die Städte und über die Pässe geschickt wurden. Heute zeigen nicht nur der Emmentaler oder Greyzer sortentypischen Charakter, nein, man könnte sagen, jede Landschaft bringt einen andern Käse zum Reifen.

Uguzon hütete zwar, bevor er zum Heiligen wurde, nur Schafe, und erst noch auf der italienischen Seite unserer Alpen. Uguzon war nun aber von grosszügiger Wesensart und schien nichts dagegen einzuwenden, als ihm die grosse Bruderschaft der Käsefachleute (Guilde des fromagers et Confrérie de Saint-Uguzon) die Schutzherrschaft übertrug. Diese Vereinigung hat ihre Tradition wiederum in Frankreich, wo sie neben den Weinbruderschaften einen ebenbürtigen Stellenwert geniesst. In der Schweiz ist sie für die breite Öffentlichkeit noch meist unbekannt, ähnlich dem Käse in all seinen Feinheiten und Unterschieden. So musste denn wohl die erste umfangreiche Ausstellung zu diesem Thema, die Käse '92, bis heute warten. Sie steht selbstverständlich unter dem Patronat der Confrérie de Saint-Uguzon.

Käse wird zwar fleissig produziert und gegessen, doch scheint er mit seinen Eigenschaften, wenn man sie ihm lässt,



Auf der Käse '92 können enge Kontakte zwischen Produzenten und Konsumenten gepflegt werden. Bild hr

zu provozieren. Je nach Sorte hat er eine Eigenart, die vielleicht schmiert, die an Teig erinnert, schwitzt oder trânt, auf jeden Fall einen Geruch, der eben richtig. Entwöhnte Esser stösst das ab, sie rümpfen die Nase. Ihnen gegenüber stehen die leidenschaftlichen Verfechter von Rohmilchkäse, die Kenner der verschiedenen Reifestufen, die Globetrotter zwischen den Schafherden der Pyrenäen und den Ziegen im Bergell. Käse riecht nach Pilzen, Tannenrinde, Stroh, aromatischen Kräutern, feuchtem Stein oder auch einfach milchig, säuerlich. Der Geschmack ist mild, würzig oder gar pikant. Das Ausserer bildet eine Rinde, manchmal ganz zart und von Schimmel beflaumt, dann wieder hart und rissig. Immer ist der Käse ein lebendiges Produkt, das reift und altert.

## Die liebe Esskultur

Brillat-Savarin kennen manche als rahmigen Weichkäse – einen Schmeichler –, andere noch als den grossen Philosophen des Geschmacks. Von ihm stammt die Festlegung: «Ein Essen ohne Käse ist wie eine schöne Frau mit nur einem Auge.» Der Satz muss natürlich von einem Franzosen kommen! Der Deutsche *Wolfram Siebeck* kratzte einmal mit scharfer Feder gegen diese Angewohnheit. «Käse schliesst den Ma-

gen!» Allerdings liegt der Protest schon eine Weile zurück und richtet sich möglicherweise ganz einfach gegen die aufkommende Mode, irgendeinen Camembert als französische Lebensart zu servieren.

Auch wir Deutschschweizer haben die Eigenheit, zwischen Hauptgericht und Dessert noch einen Zwischengang einzuplanen, unseren westlichen Nachbarn abgeschaut. Für die gehobene Gastronomie gehört «le fromage» zu den Erwartungen, mit denen sie rechnen muss, die aber nicht eitel Freude bereiten. Denn Käse kann man nicht einfach in den Kühlschrank stellen und bei Bedarf wieder herausnehmen, ein Stück davon abschneiden und servieren. Er will hässliche Fürsorge, und hat er einmal sein schmelzendes Inneres ausgegossen, unmittelbare Zuwendung.

Rosa Tschudi vom gleichnamigen Restaurant in Gockhausen meint dazu geradeheraus: «Käse war noch nie das grosse Geschäft. Er ist eine Dienstleistung.» Um ihn den Gästen interessant zu machen, empfiehlt sie spezielle Sorten, über die sie auch etwas sagen lasse. Etwa ein Aargauer Niederchäsli aus unpasteurisierter Schafmilch, ganz fein und cremig, oder ein Puschlaver Bergkäse, der durch seine graue Rinde italienische Affinität bezeugt, oder auch ein-

fach ein ausgesuchter, vollreifer Emmentaler. Ähnliches berichtet *Bruno Hurter* vom Hotel Hirschen in Obermeilen. Er stellt ebenfalls Sorten zusammen, die durch ihre Besonderheit auffallen. Das müssten keinesfalls nur französische Spezialitäten sein. Anders als Rosa Tschudi richtet er ein Sortiment direkt in der Küche an, «um es mit Roggenbrot, Nüssen und Obst schöner zu präsentieren». Das sei zudem einfacher für den Service, und die Stammgäste hätten zu seiner Wahl Vertrauen.

Der gegenwärtige Trend zu möglichst «leichtem» Geschmack, im Exzess gar bis zu Ungeschmack, zeigt sich natürlich auch beim Käse. Ein vogue ist nicht nur die rahmige, cremige, sondern mehr und mehr junge, neutrale Art. Dies hat wiederum den Vorteil, dass die Schweizer ihre grossen Klassiker nun endlich in verschiedenen Reifegraden anpreisen. Wer bis anhin meinte, der «beste» Emmentaler fände sich nur im Ausland, macht möglicherweise in der milden und neuerdings weicher fabrizierten Ausgabe eine Entdeckung. Das ist Geschmackssache. Langweilig wird es, wenn sich diese «Jünglinge» alle gleichen, dann z. B. wenn ein junger Appenzeller von einem Tilsiter nicht mehr zu unterscheiden ist.

Nicht aus der Mode gekommen und dennoch démodé ist das Café Complet, zu dem ja nun wirklich, soll es complet sein, ein würziges Stück von der Bergmutschli-Art gehört. In sind hingegen die Auseinandersetzungen um die Harmonie von Käse und Wein, diesem beliebten Scheinpaar. Schon der Deutsche *Alfred Walterspiel* regte in seinem Kochbuch «Meine Küche» zu einem in Portwein marinierten Stilton an, den er natürlich auch mit einem Vintage Port servierte. Heute gehört ein Portwein zum guten Ton eines jeden Hauses, das mit Käse Musik macht. In Paris ist vor wenigen Tagen ein Restaurant eröffnet worden, das zu jedem Gericht auf der Karte und selbstverständlich zu jeder Sorte Käse einen entsprechenden (Brannt-)Wein anbietet. Vorschläge wie etwa ein Calvados zum Camembert oder ein Burgunder Marc zum Epoisses dürfen diejenigen mit trainierten Geschmackspapillen kaum erschüttern. Noch ist das letzte Kapitel «Käse» nicht geschrieben worden.

Roth-Käse

## In einem Laib verpackt

Ein neuer Schweizer Käse nimmt ab sofort seinen Platz in den Käsefachgeschäften ein: Foutrou, die halbharte Neukreation aus dem Hause Roth-Käse AG in Uster. Zwei Tage vor Eröffnung der Käse '92, der 1. Käse- und Molkereiprodukte-Messe der Schweiz, wurde der Käse neuling aus der Taufe gehoben.

In Roths neuem Halbhartem ist ein Stück Europa versteckt. Die Finger im Spiel hatte Italien, von dort stammt das Ausserer; aus Frankreich und der Schweiz kommt der Gout. Und die inneren Geheimnisse von Foutrou finden ihren Ursprung im Norden: Aus Dänemark stammt die Bakterienkultur und aus Schweden das Lab. Das Resultat ist ein Zusammenleben von bekannten Käsesorten verschiedenster Herkunft in ein und demselben Produkt.

### Über 6000 Liter Milch

Foutrou wird in der Käseerei Hinterforst im sanktgaillischen Rheintal hergestellt. Täglich werden hier über 6000 Liter Milch für die Foutrou-Produktion benötigt. Danach folgen insgesamt sechs Wochen für die Kaltreifung, die Gärung und die Endreifung. Ein runder Dreikilolaib mit goldbrauner Rinde nach italienischer Façon verlässt dann seine Geburtsstätte. Im Mutterhaus in Uster wird er im Käselager einer Endkontrolle unterzogen.

Die Roth-Käse AG bietet ein Sortiment von Frisch- bis Hartkäse an. Jährlich werden 9 Millionen Liter Milch in den dezentralen Produktionsstätten zu Käse verarbeitet. Das 1863 gegründete Unternehmen liegt heute in den Händen der 4. Generation. Die Roth-Unternehmensphilosophie zeichnet sich durch Qualitätsdenken und Innovation aus.

r./RP

## MEINE MEINUNG

### Machen Skirennfahrer aus Löchern Gold?

Laut einer Studie des kalifornischen Freizeitforschers Stanley Plog (vgl. HTR Nr. 46 vom 12. November) wäre es für die künftige Image-Werbung des Ferienlandes Schweiz besser, man würde die Alpen etwas in den Hintergrund rücken. Die Sujets der Landeswerbung im Ausland sollen demnach nicht mehr die gängigen Klischees, sondern die weniger bekannten Attraktionen der Schweiz sein.

Genau in die entgegengesetzte Richtung ist nun die Schweizerische Käseunion mit ihrer neuen Werbestrategie gegangen. Sie setzt – auf Käse, verbindet das Produkt aber mit einer Nationalmannschaft und schafft damit einen Bezug zum Image des Landes.

#### Sponsoring mit Subventionen

Diese Verbindung mit dem Sport und seinem jungen und dynamischen Image ist neu. An die Stelle der urchigen Sennerfamilie zum Beispiel in der Appenzeller-Werbung sind futuristisch gestylte Skistars getreten. Neu für die Käseunion ist auch die Form des Sponsorings. Der offen ausgewiesene Millionen-Betrag hat denn auch in der Öffentlichkeit zu Diskussionen geführt. Immerhin wird die Käseunion vom Bund «gesponsert» – und der Bund, das sind letztlich alle Steuerzahler.

#### Neues Käse-Image

In dieser Saison haben die Skirennfahrer also gelb-goldene (Käse-)Löcher in ihrer Montur. Ob sie damit schneller zu Tal rasen? Mit Loch-Skis funktioniert es jedenfalls. Die Vorstellung, die Skifrauen rasen als Gruyère den Berg hinunter, die Männer als Emmentaler und der Nachwuchs als Sbrinz, lässt jeden schmunzeln. Fröhlichkeit und eine unendliche Leichtigkeit schweizerischen Seins stellt sich ein, wenn auf diese Wei-

se die schwer lastende Würde und Bürde von der nationalen Institution des Käses genommen wird. Der Emmentaler und seine Konsorten wirken leichter und jünger, und mit dem neuen Image eröffnen sich dem klassischen Schweizer vielleicht auch neue Märkte. Wer künftig in ein Stück Emmentaler beisst, erlebt etwas ähnlich Sportliches, wie wenn er sich eine Sport-Schokolade (Sponsor für 1994) einverleibt. Und auch für die linienbewusste Frau beantwortet sich künftig die Frage, ob sie gewöhnlichen Käse essen darf, ganz einfach: Du darfst.

bleibt die Frage, was von der Käse-Ski-Synthese für das Image der Schweiz am Ende hängen bleibt. Käse ist ein Teil des Landes, ein Teil der Kultur. Aber er bleibt immer ein Klischee, wie Schokolade, Uhren und Sackmesser. Die Schweiz zehrt als Tourismusland von einem veralteten Image. Damit kann man aber dem Tourismus keine neuen Impulse geben. Mit Skierfolgen für Käse werben mag erfolversprechend sein. Der umgekehrte Effekt, dass der Käse zu auf das Image des Landes abstrahlt, könnte sich jedoch als kontraproduktiv erweisen. Riccarda Schön



Catherine Borghi trägt einen Sbrinz.

Bild M. Niederhauser

CASH+CARRY  
**prodega**

Gültig vom 20. 11. bis 26. 11. 1992

### Entrecôte la

ohne Strang  
per Kilo

36.90

### Poulet-Geschnetzeltes

«de Luxe», tiefgekühlt  
Hartschale zirka 1800 g  
per Kilo

9.90

### Ditzler Marronipuree

tiefgekühlt  
Block 1000 g

3.99

### Floralp UHT-Vollrahm

Tetrapack 1 Liter

9.58

### Florin Gastro Frit

Kanne 25 Liter  
per Liter

2.58

### Ovomaltine

Dose 2 Kilo

19.80

### Ritz Hotel-Toast

Pack 1000 g

4.35

### Moscato Spumante

d'Italia «Montefrisco»  
Flasche 70 cl

2.75  
+ Wust

Prodega CC in:

Biel, Chur, Dübendorf, Heimberg, Kriens, Moosedorf, Neuendorf, Pratteln, Reinach, Rotkreuz

Das Design begeistert. Der Preis beruhigt. **diga.**



Stuhl Mod. 72 KH. Buchenholz natur, gebeizt oder perglanzlackiert. Auch ungepolstert lieferbar. Über Mengenrabatte informiert Sie Ihr Fachhändler oder Grossist.



**Engrosmöbelzentren**

Grossauswahl auf über 30'000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche!

8854 Gellingen/SZ 4614 Mägendorf/Olten 9532 Rickenbach/Wil 6032 Emmen/Luzern 1701 Fribourg/Nord  
 Telefon 055/66 11 11 Telefon 062/46 26 41 Telefon 073/23 64 77 Telefon 041/55 10 60 Telefon 037/26 80 80  
 Ausfahrt Lachen/SZ Industrie Ost neben Woro Hasling Granges-Pocot

**HOTEL-TV  
HOTEL-KOMMUNIKATIONS-  
SYSTEME**

Ihr Partner für Installationen für Hotel und Gastronomie in der ganzen Schweiz!

**RADIO TV SEINER**  
PROFESSIONELLE ELEKTRONIK  
Clarasstrasse 29, 4058 Basel  
Koordinationsnummer:  
**061 691 63 66**

**Beschriftungen** (grünlich) **Schnell** (schwarz) **Buchstaben** (rot)  
Selbstklebend, wasserfest, für innen + aussen, für jeden Zweck!  
+ Folien, wetterfest, in allen Farben + Grössen  
2722 Grächen  
064 31 25 02 064/31 38 76 **Ottlik**

Erfahrung aus mehr als 25 Jahren:  
**Erfolgreich  
Fremdsprachen  
im Ausland  
lernen**  
14 Sprachen in 22 Ländern:  
denn dort bringen schon 2 Wochen Intensiv-Training für Erwachsene oft mehr als 2 Jahre im Sprachferien für Schüler Abendkurs Zur High-School in die USA  
Gratis-Farb-kataloge  
**Dr. Steinfels  
Sprachreisen**  
Dufourstr. 31, Pf. 87314  
8024 Zürich  
Tel. 01-262 29 44  
Fax 01-262 33 22

Ihr Spezialist für gewerbliche und industrielle Wäschereitechnik  
**Electrolux  
CLEIS Wäschereitechnik**  
Netzbodenstrasse 23 - 4133 Pratteln 1  
Tel. 061-81157 22 Fax 061-81157 52



**Schuhputzmaschine/  
Appareil à cirer  
les chaussures**  
Art.-Nr. 5101-1  
elektrisch 220 Volt, mit 2 eingebauten Waxdosen, massives Stahlgehäuse mit Staubsammler, Masse 34x23x27 cm électrique, 220 volt, dim. 34x23x27 cm Stück/la pièce Fr. 845.-  
Bestellen Sie noch heute!  
Veuillez commander dès maintenant!  
Telefon (041) 23 65 05  
Fax (041) 23 65 04

**Abegglen - Pfister AG Luzern**

**Für den Profi**



**alustar** **Gastronom**  
Feuille d'aluminium  
Länge: 100m Breite: 45cm  
Länge: 100m Breite: 45cm  
Länge: 100m Breite: 45cm

**alustar** **Gastronom**  
Feuille d'aluminium  
Länge: 100m Breite: 45cm

**Ihr Grossist hat's**

Jetzt brauche ich einen heissen Tip für ein sonniges Weekend.  
**LUEG DOCH SCHNÄLL  
IN TELETEXT  
SEITE 320/180.**



SCHWEIZERISCHE TELETEXT AG

# Ein neuer Boom auf hohem Niveau

Im «gehobenen Preissegment» verzeichnen Importeure und Distributeure zurzeit trotz Rezession eine neue Hinwendung zum Whisky. Die Zeit, da grosse Whiskymarken (erinnern Sie sich an VAT 69?) zum Mixen verwendet wurden, scheint vorbei. Edle Whiskysorten auch im Digestif-Bereich sind in.

GEORG UBENAUF, FRANKFURT

Das Getränkeangebot ist so gross und vielfältig geworden, dass Blended Whisky, also der aus Malz- und Kornwhisky (verheiratete) Scotch, seine Führungsposition abgegeben hat. Doch eine neue Whiskywelle hat eingesetzt: «Alles was Single Malt ist und darüber», umschreibt ein Importeur die Situation. Sowohl im Privatkonsument wie in der Topgastronomie, besonders aber im Barbereich, wird der Ruf nach ausgefallenen und exquisiten Malz-Whisky-

sorten immer deutlicher. Und nach dem Run danach immer schwieriger.

«Von manchen fragten Sorten bekommen wir pro Jahr lediglich 200 Cases» von der Destillerie, klagt Rolf Irmen, Vertriebsleiter exklusiver Whiskymarken wie Edradour in Düsseldorf (ein Case enthält sechs Flaschen). Und manch einen Whiskynamen findet man höchstens in sehr kompetenten Whisky Guides oder -Almanachs, nicht aber auf dem Markt – zu gering ist ihr Ausstoss, als dass man sich auch noch um Export bemühen müsste. Lediglich an Duty-free-Shops in aller Welt gehen manche Marken. Und so macht sich denn der Frankfurter Whiskykenner und Wissenschaftler Prof. Karl Ludwig Plank einen Sport daraus, bei jeder Reise unbekannte Whiskysorten zu entdecken und heimzuführen.

Sogar Whiskyhandelsleute stossen immer wieder auf Neuentdeckungen. So probierte Rolf Irmen jüngst einen ihm neuen Insel-Whisky – «es war, als hätte ich in Bitumen gebissen, dieser Stoff muss jahrelang in einem geteereten Fass gelagert worden sein.» Doch gerade die ausgefallenen Geschmacksrichtungen sind es, die derzeit ihre Freunde finden. So der bernsteinfarbene Laphroaig, der so rauchig ist, dass er auf den Lappen bleibt, als habe man einen Grossbrand durchschritten. Wer seine Bar auf erfolgreichen Whiskytrip bringen will, tut gut daran, eine Auswahl möglichst ungewöhnlicher Malzwhiskymarken bereitzuhalten.

### Geheimtip für Whiskybars

Als «Geheimtip» in Whiskybars gilt zurzeit Oban. Er stammt, wie übrigens mehr als 40 andere Whiskysorten aus dem Hause United Distillers, hat trotzdem mehrfach den (deutschen) Importeur gewechselt und sich (noch) nicht fest auf dem Markt positionieren können. Helge Fechner, Chef der Negroni American Bar in Bonn, mit über 100 Whiskysorten im Ausschank, nannte der *hotel + touristik revue* noch einige «Muss-Malzmarken». Die beiden aus dem Highland-Ort Knockando stammenden Sorten Cardhu und Knockando



In alten Eichenfässern lagert der Whiskey über Jahre, bis er in Flaschen abgefüllt auf den Markt kommt.

Bild Pernod Ricard

(von dort kommt auch noch der sehr feine Tamdhu), The Macallan und Highland Park. Fechner empfiehlt, dazu auf jeden Fall Bushmills, den einzigen irischen Malzwhisky – und als Grundmarke «natürlich Glenfiddich». Glenfiddich hat sich für viele zum «Einstiege» in den Malzwhisky entwickelt, wird von Anfängern sogar häufig als der einzige Malzwhisky angesehen. Neben den ausgesprochenen «Malzwhisky-Fans» gibt es nämlich nach Erkenntnis der Importeure eine Spezies Verbraucher, «die weiss gar nicht, was sie kauft».

Der Malzmarkenbewusste allerdings tendiert nach Erkenntnis derselben Importeure je nach Land ganz unterschiedlich. So ist in Italien derzeit «Glen Grant» absoluter Marktführer, in Deutschland wird er mangels Nachfrage gar nicht eingeführt. Michael Clemm, Product Manager bei Seagrams, beobachtet im Markt der Privatverbraucher, dass «mehr und mehr Leute vier bis fünf Flaschen unterschiedlichen Whisky zuhause haben und Freunden zum Vergleich anbieten». Im Digestif-Bereich gibt es laut Clemm auf dem deutschen

Markt «für Malzwhisky ein Problem und das heisst Grappa».

### Grappa als Konkurrent?

Auch anderen Whiskyimporteuren steht im Digestif-Bereich (noch) der Grappa im Wege. Aber: «Nachdem Grappa in immer phantasievolleren Flaschen mit immer schlechterem Inhalt für immer höhere Preise angeboten wird, setzt sich nach und nach jetzt guter Malzwhisky durch.» Michael Clemm, Absolvent der Scotch Academy, plädiert dafür, Malzwhisky mit einem Schuss normalen Trinkwassers zu geniessen: «Der wahre Geschmack wird dadurch noch runder.» Er hat auf Schottland-Reisen beobachtet, dass auch dort «Malt» häufig mit (wenig) Wasser getrunken wird. Andere Beobachter schwören, Malzwhisky werde auch in Schottland «ausschliesslich pur» getrunken.

Auf keinen Fall aber darf man einen Gast, der Malzwhisky bestellt, fragen, ob er seinen Drink «mit oder ohne Eis» wolle. Eis ist bei Malzwhisky absolut tabu.

### Für Kenner und Geniesser

Wer sich auch als Fachmann informieren will über mehr als 300 Malzwhiskysorten, ist mit dem neuen «Guide für Kenner und Geniesser» von Michael Jackson (Heyne-Verlag Fr. 45.10) gut bedient. «Malt Whisky» lautet der Haupttitel des handlichen Buches. Der Autor berichtet nicht nur über Herkunft und Alter, sondern testet und bewertet auch Farbe, Duft, Körper, Geschmack und Abgang jeder Marke. Ausserdem gibt er Hinweise auf Importeure.

Die Importfirma Gebr. Anraths in Düsseldorf ist bereit, Lieferungen in die Schweiz zu vermitteln, auch für Marken, die nicht im eigenen Programm stehen. «Wir helfen uns zum Beispiel bei Tomintoul, Dalmore, Fettercairn und anderen gegenseitig aus», sagt Vertriebsleiter Irmen. GU

### Wird Whisky billiger?

Durch die bevorstehende Steuerharmonisierung für importierte alkoholische Getränke, eine Konzession der EFTA-Staaten im Rahmen der EWR-Vorverhandlungen, sollte Whisky in der Schweiz billiger werden. Der Schweizer Spirituosensverband rechnet mit einer Kostensenkung pro importierte Flasche Whisky von 20 bis 30 Prozent. Profitieren wird vor allem der Endverbraucher, da sich die Preissenkung hauptsächlich im Detailhandel niederschlägt. Ob dadurch beispielsweise auch der Whiskykonsum in der Gastronomie angekurbelt werden kann, wird stark bezweifelt. Gastronomie-Berater und Whisky-Importeure glauben nicht, dass die Whisky- oder Cognacpreise für importierte Alkoholeika aus dem EG-Raum angepasst werden und der Gast von dieser Situation profitieren kann. SW

### Schottischer Whisky

# So unterschiedlich wie die Schottenkaros

«Das Tragische am Whisky ist – eine Flasche ist für einen zuviel, für zwei aber zuwenig», lautet eine gängige schottische Formel. Um den Liebhabern des torfig-rauchigen Getränks Zugang zu den wahren Quellen zu vermitteln, hat das «Scottish Tourist Board» einen «Whisky Trail» angelegt, der zu allen Whisky-Destillieren führt, die ein «Visitors Center» haben und Besucher willkommen heissen.

Bruchladdich – auf der Insel Islay gelegen, Schottlands westlichste Destillerie.

Cardhu – eine von drei Destillieren in Knockando, mit der zum schönsten Volksmusiksaal umgebauten ehemaligen Malzrösterei.

Coal Ila – an der Küste der Insel Islay, Schottlands tiefstgelegene Destillerie.

Edradour – Schottlands kleinste Destillerie; aber nur, weil sie die kleinsten gesetzlich noch zugelassenen Brennkessel, «stillis», benutzt.

Glenfiddich – die einzige Destillerie im Hochland, in der der Malzwhisky am Herstellungsort auch auf Flaschen gefüllt und fixfertig verpackt wird.

Glenlivet – die erste Hochland-Destillerie mit einer Regierungslizenz (1824).

Glenurret – Schottlands älteste Destillerie, produziert seit 1775 (anfänglich halt illegal...)

Laphroaig – produziert den Malzwhisky mit dem ausgeprägtesten Rauchgeschmack.

Macallan – besitzt die grösste Whisky-Lagerfläche unter einem Dach. Pultney – die nördlichste Destillerie auf dem schottischen Festland.

Royal Lochnagar – die einzige Destillerie, die sich «königlicher Hoflieferant» nennen darf (seit Queen Victoria).

Tamdhu – die einzige Destillerie, die einen stillgelegten Bahnhof als «Visitors Center» benutzt.

Tomintoul-Glenlivet – mit über 1000 feet über Meereshöhe die höchstgelegene schottische Destillerie.

### Wenn Nächte 750 Pfund kosten

Die Destillerie von «Royal Lochnagar» gehört inzwischen zu «United Distillers», die auch das Luxushotel «Glenaeles Hotel» besitzen. Im «Glenaeles» gibt es Suiten, die jeweils den Namen ausgewählter Malzwhisky-Sorten tragen (soweit sie zur United-Gruppe gezählt werden können). Jeder

Gast dieser Suiten findet beim Bezug ein Minifläschchen der entsprechenden Malzwhisky-Sorte vor. Nur in der Suite «Royal Lochnagar» steht eine ganze Flasche «Royal Lochnagar Selected Reserve» für den ankommenden Gast bereit – Preis etwa 375 Franken. Allerdings: diese Suite kostet pro Nacht 750 Pfund, das sind umgerechnet etwa 1537 Franken...

Eine Malzwhisky-Marke hat es durch geschicktes Marketing geschafft, bei vielen Whisky-Trinkern als Synonym für Malzwhisky überhaupt zu gelten: Glenfiddich. Mitte der fünfziger Jahre hatte die Familien-Destillerie durch einen Wettbewerb bei Kunden und Konsumenten herauszufinden versucht, wie sie sich von den Mitbewerbern auf dem Markt abheben könnte. Ein Schwede machte den Vorschlag, dreieckige Flaschen einzuführen. Man traute der Sache zunächst nicht so recht, füllte deshalb zuerst den «blendeten» Whisky der Marke «Grant's» in glasklare Dreiecksflaschen. Erst als ein Erfolg spürbar wurde, nahm

man für den Malzwhisky «Glenfiddich» dunkelgrüne Dreiecksflaschen.

### Was Rom und Duftown verbindet

Bei der «Highland Music Publishing» im schottischen Elgin ist ein 20-Seiten-Hef mit Texten und Noten von «Scottish Whisky Songs and Airs» herausgekommen (3.95 Pfund). Von der Dudelsack-Melodie «Charms of Whisky» bis zu Lobgesängen auf verschiedene Whisky-Sorten ist hier alles Musikalische rund um den Whisky zu finden. In dem Hef steht auch der anonyme Singspruch zu Duftown, der Heimat des Glenfiddich: «Rome was built on seven hills – Duftown's built on seven stills».

Und im «Scottish Cookbook» der Ena Baxter (2.95 Pfund, Johnston & Bacon Books, Stirling) findet sich ausser dem Rezept für einen «Whisky Cake» und einer «Glenfiddich Chocolate Mousse» auch eine traditionelle schottische «Alte-Manner-Milch». Sie besteht nicht nur aus Ei und Milch, sondern enthält auch einen gehörigen Schuss Whisky.

### Malzwhisky in Fassstärke

Mit einem ganz besonderen Superlativ wartet die Destillerie «Glenfarclas» auf. Eingebettet zwischen Knockando, Aberlour, Glenlivet und Duftown liegt sie im allerbesten schottischen Whisky-Gebiet, im «Speyside». Sie rühmt sich, noch immer den Nachfahren der Familie J. und G. Grant zu gehören, die 1865 die ersten Destillerie-Gebäude im Schatten des Berges «Baby's Hills» aufkauften. 10, 12, 15, 21 und 25 Jahre alten single Malzwhisky gibt es «serienmässig» mit der Marke «Glenfarclas». Je nach Alter zu Preisen (in Schottland!) von 20, 25, 27 und 30 Pfund Sterling. Es gibt sogar einen ganz ausgefallenen, aus dem Jahre 1961 – die Flasche für stolze 950 Pfund (auch dies der Preis direkt ab Destille-

rie – mit allen britischen Steueraufwartungen) Der wahre und einzigartige Superlativ aus dem Hause «Glenfarclas» aber ist ein Malzwhisky in Fassstärke. «Das Stärkste, was überhaupt im Vereinigten Britischen Königreich zu haben ist», rühmen sich die Whisky-Macher von Glenfarclas. Dieser Malzwhisky nennt sich «Glenfarclas 105» – er wird so auf Flaschen gefüllt, wie er nach gebührender Reifezeit aus dem Fass kommt. Mit ziemlich genau 60 Volumenprozent Fassstärke – und das entspricht dem alten Mass «105 proof». Die Flasche von diesem «fassstarken» Single Highland Malt Glenfarclas Scotch Whisky (so steht es auf der Flasche) kostet rund 25 Pfund Sterling. GU

### Veltliner Weine

# Mehr als nur Zweierli

Jahrzehntelang begnügte man sich im italienischen Veltlin damit, dass dieses ehemalige Untertanengebiet Graubündens in Form von Zweierli zuzusagen zurückerobert wurde. Der Veltliner wurde zum Inbegriff bündnerischer Skihütteneligkeit. Er war und ist nicht nur ein preislich kulanter Durstlöcher, sondern gilt immer noch als Lebenssaft, der in einer gewissen Höhenlage konsumiert besonders gut mundet.

Relativ spät, aber immerhin doch noch, hat sich nun auch unter den Weinproduzenten des Veltlins die Erkenntnis durchgesetzt, dass sie neben dem durchaus akzeptablen Zweierli-Angebot auch noch anderes zu bieten in der Lage sind. An einer Veranstaltung des Consorzio Valtellina Export in Maienfeld, der Hochburg des Weinbaugebietes in der Bündner Herrschaft, wurde der Beweis erbracht, dass man sich nun auch im Veltlin der Devise verschrieben hat, dass Qualität vor Quantität kommt. Immer mehr Winzer des Veltlins haben erkannt, dass sie in ihren steilen und dadurch arbeitsintensiven Lagen nur eine Überlebenschance haben, wenn sie kompromisslos auf Qualität setzen.

### Veltliner Weinspezialitäten

Acht Weinproduzenten aus dem Veltlin machten nun die Probe auf Exempel und stellten ihre Produkte im Rahmen typischer Spezialitäten der Veltliner Küche vor. Die Präsentation dieser sehr beachtlichen Resultate einer traditionsreichen Weinkultur war eindrucksvoll. Sie reichte vom Sassetta über Perlavilla, Il Giacine, Vigna la Cornella Corte della Meridiana und Sasselto Rocce Rosse bis hin zu Prestigio und Vin da ca Sfurzat. Dass von diesen mit grosser Fachkenntnis veredelten Gewächsen zum Teil lediglich 5000 Flaschen abgefüllt werden, unterstreicht die Qualität des Angebots, das auch preislich akzeptabel ist. FS

GEORG UBENAUF

Jede Destillerie versucht, einen Superlativ für sich oder ihre Marke zu finden. Alphabetisch sieht die Liste dann etwa so aus:

Achentoshan – die bekannteste Destillerie von Dunbarton, in der dreimal destilliert wird (normalerweise nur zweimal).

Bladnoch – Schottlands südlichste Destillerie.

### IMPRESSUM

hotel + touristik revue  
 Adresse: (Redaktion, Stellenanzeigen und Abonnementsdienst) Postfach, 3001 Bern, Tel. (031) 50 72 22, Telefax Verlag (031) 46 23 95, Telefax Redaktion (031) 50 72 24.  
 Herausgeber/Editeur: Schweizer Hotelier-Verein (SHV) Bern  
 Gesamtleitung/Direction: Werner Friedrich  
 Chefredaktor/Rédacteur en chef: Andreas Netze  
 Verlag/Edition  
 Marketing: Stefan Sarbach  
 Anzeigenverkauf (Geschäftsanzeigen/Annonces):  
 Agentur Markus Flühmann, 5628 Birri, Tel. (057) 44 40 40, Telefax (057) 44 26 40.  
 Suisse romande: Presse Publicité rep. S.A., M. Jacques Souarès, 5, av. Krieg, 1208 Genève, Tel. (022) 735 73 40, Téléfax (022) 786 16 21.

# LIEGENSCHAFTENMARKT

**INVENTARE EXPERTISEN**

**UNSERE VORTEILE:**

- DETAILBEWERTUNGEN nach klassischem Muster
- GROBSCHÄTZUNGEN rasch und kostengünstig
- SACHVERSICHERUNGEN Vertretung in Schadenfällen
- MIETPROBLEME Schlichtungsverhandlungen
- JAHREZEHNTANGE ERFAHRUNG UNSERER EXPERTEN
- WIR ARBEITEN IN DREI LANDESSPRACHEN

**SHT SCHWEIZERISCHE HOTEL-TREUHAND AG**  
**FSH FIDUCIAIRE SUISSE DES HÔTELIERS SA**  
**FSA FIDUCIARIA SVIZZERA DEGLI ALBERGATORI SA**

Steinstrasse 21, 8036 Zürich Tel. 01/461 47 40

**SCHÄTZUNGSABTEILUNG**  
Mitglied des Schweizer Hotelier-Vereins

50555/44733

**Zu verpachten ab 1.1.1993 oder nach Vereinbarung in Zurich AG**

**Brasserie Ochsen**

mit 70 Sitzplätzen, moderner Küche, separatem Büro und Gartenterrasse für 60 Personen. Zusätzlich 3 neuerstellte Kegelbahnen im UG mit 60 Sitzplätzen. Das Kleininventar kann übernommen werden.

Dieses traditionelle Haus befindet sich an ausgezeichnetem Lage im Herzen des Badekurortes.

Interessenten melden sich schriftlich bei  
**Dynor AG, Hauptstrasse 23**  
 8437 Zurich

51209/220078

Zu verkaufen

**Hotel/Restaurant**

in Grüsch/Prättigau. Altes, sehr schön renoviertes Bürgerhaus mit zirka 120 Plätzen in verschiedenen Räumen und grossem, neuem Saal mit zirka 120 Plätzen. 5 Doppelzimmer mit Bad/WC, TV und Direktwahl. Grosser Parkplatz mit zirka 40 Plätzen.

Interessenten setzen sich in Verbindung mit

**PROCURA TREUHAND AG**  
 TREUHANDFUNKTIONEN STEUER- UND BETRIEBSBERATUNG  
 7000 Chur, Quaderstrasse 7, Telefon 081 22 25 00, Fax 081 23 31 27

**Günstige Gelegenheit**  
Zu verkaufen

**CH-Stadthotel ★★★★★**

Betriebsbereit und besteingeführt, zentrale Lage.

Ernsthafte Kaufinteressenten melden sich unter Chiffre 44-781200 M, Publicitas, Postfach, 8021 Zürich.

P 51401/44300

**Zu verpachten**

auf Frühjahr 1993 in der Ostschweiz (Sarganserland) altes (170jähriges), 1986 sehr schön renoviertes

**Gasthaus**

Führendes Speiserestaurant mit diversen Räumlichkeiten und guter Infrastruktur.

Separater Hotellteil mit 7 Zimmern/13 Betten.

Der gut eingeführte Betrieb mit treuen Gästen bietet einem kreativen, qualifizierten Koch mit freundlicher Gastgeberin beste Möglichkeiten für die Zukunft.

Anfragen, welche selbstverständlich diskret behandelt werden, unter Chiffre K 227-9951, an ofa, Orell Füssli Werbe AG, Postfach, 8887 Meis.

O 51399/199176

**Günstig zu verkaufen 10plätziger, wunderschöner Oldtimer-Bus**

Replika eines alten englischen Kleinbusses. Aussen und innen zum Verlieben schön. Das Getriebe und Fahrwerk hochmodern und einfach und sehr billig im Unterhalt.

Relativ wenig gefahren. Ein aussergewöhnlicher Werbeträger für garantierte Umsatzsteigerung.

3türig (Hecktüre für Gepäck usw.)

Auskunft erteilt  
 REOR-Betriebsberatung  
 Postfach, 8185 Winkel ZH  
 oder Telefon (01) 861 05 95

P 51384/44300

Mangels Nachfolgeregelung zu verkaufen

**erfolgreicher ★★★-Hotelbetrieb im Kanton Graubünden**

Zentrale Lage, in privilegiertem, bestbekanntem Ferienort; 60-Betten-Angebot; verschiedene Restaurations- und Speisesäle. 40 eigene Parkplätze und Einstellgaragen. Gepflegte Hotelliegenschaft mit moderner Infrastruktur. Sichere Existenz für innovativen Unternehmer.

Preisvorstellung Fr. 4.9 Mio. Miete mit Vorkaufrecht möglich. Übernahme der Stammkundschaft und Unterstützung in der Übergangphase zugesichert.

Interessenten erhalten weitere Auskünfte unter Chiffre H 44-780803 an Publicitas, Postfach, 8021 Zürich.

P 51346/44300

Aus Nachlass zu veräussern

**Seeligenschaft**

an einzigartiger Lage, direkt am rechten Zürichseeufer, nur 6 km ab Stadtgrenze.

**Seerestaurant/Hotel**

Bestehend aus Rôtisserie, Gaststube, Bar und Gartenrestaurant. Öffentliche Parkplätze, Schiff- und Bootanlege direkt beim Restaurant, 7 Gehminuten ab S-Bahn-Station. Ideale Lage auch für Praxisgebäude, Firmen- oder Privatsitz.

Weitere Informationen über Chiffre Q 256-8883 an ofa, Orell Füssli Werbe AG, Holbeinstrasse 30, 8022 Zürich.

O 51321/199176

**Zu mieten, evtl. zu kaufen gesucht kleine Bar oder Pub**

Zentrale Lage in Zürich. Mit kleiner Küche.

Offerten unter Chiffre 51432 an hotel revue, 3001 Bern.

51432/351822

**Zu verkaufen in Engelberg ★★★-Hotelliegenschaft**

an bester Lage. 55 Zimmer, 85 Betten, mit der notwendigen Infrastruktur, Personalzimmer und Besitzerwohnung.

Das Haus präsentiert sich in einwandfreiem Zustand.

Offerten unter Chiffre 560-33099 an ASSA, Luzern, Postfach, 6002 Luzern.

A 51326/42790

**BELLINO**

Zu verkaufen

**Restaurations- und Hotelbetrieb**

mit langjähriger Stammkundschaft, in grossem, im Kolonialstil erbautem, typischem Tessinerhaus. Restaurant und Gesellschaftsräume für zirka 100 Personen, zirka 30 Parkplätze. Nutzfläche zirka 650 m<sup>2</sup> auf 3 Etagen. Teilweise ausbaubar für Hotelzimmer oder Wohnungen. Das Objekt wird mit gesamter Einrichtung verkauft. Übernahme nach Absprache. Ausserst günstiger Preis. Interessenten erhalten Details auf Anfrage.

Via G. Cattori 3 CH 6902 - Lugano  
 Tel. 091/54 54 88-9

**Zu verkaufen im Zürcher Oberland schönes Riegelhaus mit Speiserestaurant**

Saal, Bar, Garten und Vinothek.

Die Liegenschaft ist total saniert und befindet sich in einem ausgezeichneten baulichen Zustand.

Der gut geführte Bankett- und Speisebetrieb wird verkauft, weil der langjährige Pächter wegzieht.

Das Lokal eignet sich auch als Spezialitätenrestaurant oder als Bankettbetrieb und Pizzeria.

Verhandlungspreis 2,4 Millionen Franken.

Auskunft und Besichtigung:  
 R. Casiraghi  
 Telefon (052) 34 11 80 oder  
 Frau Rüegg, Telefon (01) 954 20 20

O 51321/199176

**Wir vermieten im Zürcher Oberland renommierten Landgasthof/Bankettbetrieb**

Sind Sie qualifizierte, dynamische Berufsleute, welche nicht zum ersten Mal einen Betrieb von mittlerer Grösse führen? Macht es Ihnen Spass, eine vielseitige Gastung zu verwöhnen? Haben Sie den Punsch, in ausserordentlich schönen Räumlichkeiten mit Vinothek sich eine gute Existenz aufzubauen, eventuell das Geschäft später zu kaufen?

Wenn ja, würde ich Ihnen gerne Gaststube, Saal, Bar-Restaurant, Vinothek, Garten und Wohnungen zeigen.

Auskunft und Besichtigung:  
 R. Casiraghi  
 Telefon (052) 34 11 80 oder  
 Frau Rüegg, Telefon (01) 954 20 20

51320/199176

**Bar/Restaurant**

Bar: zirka 50 Plätze, Restaurant: zirka 60 Plätze, Billard- und Spielräume mit sep. Eingang vorhanden und bewilligt. Gartenrestaurant, eigene Parkplätze, Wirt- und Personalzimmer. Das Objekt eignet sich als

**Bar, Pizza e Pasta**

Pizzastation bereits vorbereitet, aber noch nicht in Betrieb. In der näheren Umgebung keine Pizzeria mit Barkonzept vorhanden.

Preisvorstellung: zirka Fr. 1 850 000.-. WIR-Anteil möglich.

Anfragen unter Chiffre O 211-4237 ofa, Orell Füssli Werbe AG, Postfach 319, 5430 Wettingen.

O 51055/199176

**ZU VERKAUFEN Lugano-Süd 3-Stern-Hotel mit Seesicht**

160 Betten, 96 Zimmer. Gesamtläche des Terrains zirka 3400 m<sup>2</sup>. Anfragen an: Postfach 2629, 6901 Lugano.

P 51104/44300

**Zu verkaufen Hotelliegenschaften im Wallis an Top-Standort, zu attraktivem Preis.**

Breit ausgebauter Infrastruktur mit hohem Ausbaustandard bietet die Möglichkeit, in ein rentables Objekt zu investieren. (Erfolgsnachweis vorhanden). Fühlen Sie sich angesprochen als Hotelier oder Geschäftsmann, der langfristig in ein seriöses Projekt investieren möchte, so melden Sie sich unter Chiffre 51340 an hotel revue, 3001 Bern. (Bitte nur solvente Interessenten)

51340/351504

**Zu verkaufen in Canobbio am Lago Maggiore neues, gut eingeführtes PUB (120 m<sup>2</sup>)**

ab sofort, wegen Umzug.

Auskunft:  
 Adriano Zanni  
 ital./franz. sprechend  
 Telefon 0039/727/70202  
 ab 18.00 Uhr. Dienstag geschlossen!

51330/351385

**Zu verkaufen in KANADA: Hotel, Restaurant**

in den Laurentides, Province Québec. 30 Doppelzimmer, Restaurant, Bar 100 Plätze, Küche 60 m<sup>2</sup>, Lagerraum 65 m<sup>2</sup>. Grundstückgrösse 7100 m<sup>2</sup>. Doppelzimmer mit Bad, Dusche, WC, Fernseher. Parkplatz für 80 Autos. Baujahr 1990. Permit für Alkohol. Hauptverkehrsstrasse, Autobahn Montreal. Etwa 70 km von Montreal entfernt. Sommer- und Wintersaison. Preis: 885 000 \$.

Weitere Hotels und Motels in Ontario und Quebec. Nähere Auskunft erteilt  
**Kanada Land Service**  
 Telefon (033) 54 59 68

51382/351644

**Über 20 Jahre Blausiegel Präservativ-Automaten**

Generalvertretung LITE International Ltd  
 Telefon (077) 97 33 88 Fax (075) 341 95

**Günstig abzugeben Miele-Muldenmangel**

Ø 33x1750, elektrisch, 18 kW, neu gelagert, Masse H 100x B 238x T 96 cm.

Telefon 8.00-12.00 Uhr Geschäft:  
 (01) 462 33 52

51422/351750

**HOTELZIMMER Radio/TV**

UKW oder Telefonrundspruch mit oder ohne Weckuhr, auch als Einbauchassis erhältlich. Farbfernseher - alle Marken.  
 Info Tel. 01 833 05 58 Fax 01 833 05 18

**Inserieren bringt Erfolg!**

**DIVERS**

**Goms/Wallis Zwangsversteigerung**

Freitag, 4. Dezember 1992, ab 14.00 Uhr im Hotel Tannenhof (Saal) in Oberwald

Versteigert werden:

- Hotel Alpenhof in Oberwald 16 Zimmer mit 32 Betten, Restaurant zirka 30 Plätze 3 Säle, Einstellhalle, inkl. Mobiliar und Inventar - betriebsbereit
- 1 Studio, teilweise möbliert
- 1/2 Anteil Landwirtschaftsboden 1248 m<sup>2</sup>

Besichtigung nach Vereinbarung.

Auskunft erteilt:  
 Telefon (028) 27 19 24  
 Betreibungsamt Goms, 3994 Lax  
 51383/91893

**hotel EOS**

Carmenstrasse 18  
 CH-8032 Zürich  
 Telefon 01 261 90 60  
 Telefax 01 261 90 94

Infolge Betriebsaufgabe verkaufen wir:

Hotellimmereinrichtungen in verschiedenen Stilen (Stilmöbel, rustikal), Bauernbuffets, Sessel, Stühle, Kristalleuchter, Lampen.

Geschirrspülmaschine Hildebrand, 431E (1991)  
 Kaffeemühle Lavazza (1992)  
 Kassenschrank (650 kg, 1600/720/500 cm)  
 Mänge (Walze 65 cm)  
 Frühstücksporzellan (Eschenbach)  
 Frötwäsche (mit Namenseinwebung)

Besichtigung nur nach telefonischer Anmeldung ab sofort möglich. Abholen 1. Woche Dezember. Verlangen Sie Herrn Amacher.

51349/40215

**Deutscher Tanz- und Unterhaltungsmusiker**

überdurchschnittliche Kategorie (ohne Gesang), Keyboard/Orgel, steht saisonweise zur Verfügung.

Demokassetten anfordern u. Angebot: Tel. 07631/72328

51319/24750

**Inserieren bringt Erfolg!**

**Valentine**

Friteusen Wärmeschränke Tellerwärmer Tischfriteusen

H.A.R. Bertschi 01 381 20 08

Seit 1952 immer prompt und zuverlässig

TRIBUNE LIBRE

## La TVA à l'affût



Après avoir été rejetée par le peuple suisse il y a tout juste une année, la TVA est de nouveau sujette à discussion. Mais pourquoi remettre ce débat sur le tapis? s'interrogeront certains.

L'explication est simple: l'ICHA (impôt sur le chiffre d'affaires) ne pourra être prélevé par la Confédération que jusqu'en automne 1994, période à partir de laquelle l'autorisation sanctionnée par le peuple pour une durée limitée arrive à échéance.

A présent, les électeurs suisses doivent décider s'ils veulent donner une fois de plus leur aval au système de l'ICHA ou s'ils souhaitent l'instauration de la TVA. Pour mémoire, l'impôt sur le chiffre d'affaires ne frappe que la marchandise contrairement à la taxe sur la valeur ajoutée qui grève également les prestations. Actuellement, la Suisse est le seul pays du monde occidental (OCDE) à renoncer à une taxation des prestations. L'on est alors en droit de se demander si l'hôtellerie et la restauration suisses parviendront encore une fois à être épargnées. Une question à laquelle on ne peut répondre que par la négative si l'on agit selon la volonté de la Commission consultative du Conseil national.

La SSH met toutefois tout en œuvre pour trouver une réglementation spéciale en faveur de notre branche, en particulier en vue d'une exemption du secteur de l'hébergement. Les nuitées influencent la balance des paiements suisse au même titre que l'importation et l'exportation de marchandises. En outre, le tourisme constitue et constituera toujours l'unique économie d'exportation des régions de montagne. Aussi nous sommes confiants et comptons sur le soutien des parlementaires, en particulier ceux provenant des cantons de montagne. Une réforme fiscale ne peut pas s'opérer au détriment des régions les plus défavorisées sur le plan structurel. L'hôtellerie suisse est déjà suffisamment frappée par des charges qui se répercutent sur les prix hôteliers.

Une TVA entraînerait dans son sillage un nouveau renchérissement sans offrir toutefois des prestations supplémentaires à l'hôte. Cette réforme nuirait considérablement aux établissements hôteliers sans oublier les nombreuses maisons de sous-traitance.

*Alberto Amstutz*  
**Alberto Amstutz**  
 Président SSH

Classement

## Les meilleurs hôtels du monde

Quels sont les meilleurs hôtels du monde? Le classement établi par le magazine «Institutional Investor» permet de répondre à cette question. Le Regent, à Hongkong, figure à la première place, suivi du Bel Air, de Los Angeles, et du Shangri La, de Singapour. Le Beau Rivage, à Genève, est le mieux classé des hôtels suisses, au onzième rang. Les autres hôtels suisses cités sont les suivants: le Richmond (Genève, 17e), le Dolder (Zurich, 18e), le Baur au Lac (Zurich, 33e), l'Hôtel du Rhône (Genève, 36e) et l'Hôtel des Bergues (Genève, 51e).

*Infhôtellr.*

Dès la semaine prochaine

## Les «papiers-bouillon» de Frédéric Lanvin

Une fois n'est pas coutume: c'est un agréable goût de bouillon qui flottera chaque dernière semaine du mois dans les pages romandes de l'hôtel revue + revue touristique. Notre confrère Frédéric Lanvin (un nom prédestiné?) assurera en effet désormais de manière régulière sa chronique intitulée «papier-bouillon».

Nul doute que les connaisseurs apprécieront à leur juste valeur ces variations sur l'art difficile du vin et de la gastronomie. Coup d'envoi: la semaine prochaine. *red.*

Promotion nationale

# Dans la tourmente, l'ONST reste debout

Plus que jamais, les perspectives financières de l'Office national suisse du tourisme restent incertaines. Son Comité, réuni la semaine dernière à Berne, ne se fait pas d'illusion: à moins d'un miracle lors de la prochaine session du Conseil national, l'ONST devra serrer encore d'un cran sa ceinture, même si un compromis n'est pas à exclure. L'office attend également de pied ferme l'expertise commandée par le Conseil fédéral à son sujet.

JEAN-PAUL FÄHNDRICH

L'ONST est en train de devenir un spécialiste des budgets provisoires. Celui présenté l'autre jour à Berne aux membres du Comité pour l'année 1993 est à cet égard exemplaire. Les perspectives financières de l'ONST n'ont en effet jamais été aussi incertaines depuis que le Conseil des Etats a décidé de suivre à la lettre les propositions du Conseil fédéral de geler à 31 millions de francs la contribution fédérale à l'ONST pour 1993 et 1994.

Or, depuis le 12 octobre, une toute petite lueur d'espoir éclaire quelque peu l'horizon financier de l'ONST. La Commission des transports et des télécommunications du Conseil national se serait en effet prononcée en faveur d'une proposition de compromis de deux fois 32,6 millions de francs qui permettrait la simple compensation du renchérissement. Il ne reste donc plus qu'à attendre la décision du Conseil national, en principe le 30 novembre prochain. Celui-ci aura finalement à choisir entre trois variantes: celle du Conseil fédéral (2 x 31 millions), celle de l'ONST (1 x 38 et une 1 x 41 millions) et celle de la Commission du Conseil national (2 x 32,6 millions).

### Pas de précipitation

Estimer parfaitement illogique, voire dangereux de procéder à un quelconque démantèlement de ses structures avant même de connaître les résultats définitifs de l'évaluation commandée par le Conseil fédéral, l'ONST s'est finalement décidé à présenter un budget fondé sur une improbable aide fédérale de 38 millions de francs pour 1993! En cas de contribution inférieure, l'ONST se verra contraint de réduire de manière drastique ses dépenses dans le secteur de la communication notamment. Le déficit inévitable qui s'ensuivrait devrait quant à lui être couvert par un emprunt hypothécaire sur les immeubles dont l'Office est propriétaire. La constitution de réserves pour risques de change serait également abandonnée.

### Expertise ou réquisitoire?

«Ce n'est pas le moment de nous draper dans le drap sombre de la morosité»,



L'ONST affronte probablement la période la plus tumultueuse de son histoire. Décidément, les temps sont durs pour tout le monde... *Photo Ex-Press*

a expliqué le président Jean-Jacques Cevey aux membres du Comité en faisant notamment allusion à l'évaluation de l'ONST que le Conseil fédéral a ordonnée, pour permettre d'apprécier les possibilités de rationalisation et les besoins financiers effectivement nécessaires à l'ONST pour fonctionner correctement. Expertise ou réquisitoire, se demandent déjà certains. L'OFIAMT dispose de 300 000 francs pour mener à bien cette mission. Quant à savoir qui se chargera de la besogne, impossible de le dire pour l'instant. Ce qui est sûr en revanche, c'est que les premiers résultats de cette expertise ne seront pas disponibles avant le second semestre de 1993, les conclusions définitives pas avant 1994.

Dans ce contexte, les responsables se plaisent à rappeler que les mesures d'économies appliquées par l'ONST ne datent pas d'hier. Ainsi par exemple, l'effectif du personnel a été réduit d'un trentième de personnes entre l'automne 1991 et la fin de 1992. Résultat: 2,7 mil-

lions d'économies pour 1993. «Mais attention, les coupes sombres effectuées au niveau du personnel ont atteint l'extrême limite de l'acceptable», a mis en garde Walter Leu.

Pour l'anecdote, certaines mesures d'économie ont même réussi à jouer un vilain tour à l'ONST. Pour rentabiliser au mieux ses locaux parisiens, en effet, l'ONST avait abrité sous son toit, en sous-location, le voyageur Railtours. Mal lui en prit, puisque pour avoir ignoré un aspect de la législation locale en matière de concurrence déloyale, l'ONST est actuellement menacé d'une amende avoisinant les 200 000 francs...

### La «Revue Suisse» sauvée

Au chapitre des affaires courantes, à signaler également que la «Revue Suisse» a été sauvée de justesse. Les CFF ayant retiré leurs billes en renonçant à la distribution de 9000 exemplaires dans les trains (1), la brochure était, on le sait, menacée de disparaître. Finalement, grâce à de nouveaux partenaires, elle continuera de paraître six fois par année et sera complétée par deux numéros spéciaux.

On rappellera également que l'ONST, par mesure d'économie notamment, a finalement décidé de reconduire en 1993 le thème de 1992: «Culture et cultures au cœur de l'Europe. La Suisse». Après les châteaux l'année dernière, l'ONST mettra l'année prochaine l'accent sur les «Chemins vers la Suisse». On espère ainsi prolonger et consolider l'impact d'une action qui commence à porter ses fruits.

### Cevey (remplit) pour un an

L'ONST a salué officiellement l'arrivée au Comité de trois nouveaux membres: François Bryand, le nouveau directeur de l'Office du tourisme de Genève, Peter Staudenmann, président central de la FSCRH, et Walter Zürcher, le patron d'Hotelplan à Zurich. A la présidence depuis 15 ans, Jean-Jacques Cevey avait annoncé son intention de quitter ses fonctions à la fin de l'année. A la demande du Conseil fédéral, il remplira exceptionnellement pour une année encore.

Pour la petite histoire, relevons enfin que la 114e session de Comité de l'ONST a été marquée par un record: plus de 50 membres avaient en effet répondu à l'appel. Du jamais vu depuis 20 ans! Pourtant, malgré le contexte difficile qui entoure en ce moment les destinées de l'ONST, le nombre important des «fidèles» n'a pas empêché (comme d'habitude, serait-on tenté de dire) une absence totale de débat. Etrange passivité...

## Avantage Autriche

Les statistiques sont formelles: depuis le début de l'année, le tourisme suisse, à l'instar de ses voisins européens, subit les premiers effets de la crise. Si les nuitées étrangères en provenance d'outre-mer tiennent relativement bien le coup, que dire de la stagnation de certains marchés européens et, surtout, de la chute assez brutale de près de 6% des nuitées helvétiques? «Cette baisse est trop importante», explique Walter Leu. Depuis 40 ans, pour la première fois, la crise sévit en même temps dans la totalité des pays constituant le réservoir de clientèle traditionnelle du tourisme helvétique.»

Selon Walter Leu, c'est donc le moment ou jamais de donner à l'ONST les moyens de faire une percée sur les marchés étrangers traditionnels, marchés sur lesquels la Suisse perd régulièrement du terrain, par rapport à l'Autriche par exemple. Démonstration: en 1970, la statistique touristique suisse recensait 23 millions de nuitées étrangères, soit 3,3% du gâteau touristique constitué par les pays de l'OCDE. A l'époque, l'Autriche réalisait de son côté 59 millions de nuitées étrangères et s'adjugeait ainsi 5,9% du même gâteau.

Vingt ans plus tard, en 1990, la Suisse a laissé des plumes en cours de route: elle ne détient plus que 1,8% du marché avec 37 millions de nuitées étrangères à son actif. Dans l'intervalle, l'Autriche en annonce 94 millions, soit 4,7% du marché. Décidément, il y a des décennies qui font mal... *JPF*

Parti-pris

## L'hiver sans visibilité



Le monde du tourisme s'attendait, fin 1991, à retrouver la croissance d'antan, la consommation et les vacances qui vont avec. Les statistiques des nuitées helvétiques n'ont

rien vu venir au printemps ni à l'été ni à l'automne. Partout la même déception. Juin a été pourri. Août n'a pas 700 ans chaque année et les Helvètes sont restés à la maison. Crise économique, repli sur soi, ou «cocooning»? Difficile à dire. «Bon, ce sera pour l'hiver 1992», s'est-on dit en tablant sur une croissance trimestrielle de 1 ou 2% sur le Vieux Continent.

Ce sont les voyageurs qui ont compris les premiers que l'après-guerre du Golfe ne serait pas une partie de plaisir. Leurs clients se sont mis à acheter à la dernière minute des vols «secs», des produits nécessitant autant de travail mais dégageant une faible rentabilité. Ils ne leur reste plus qu'à faire le gros dos et attendre que ça passe.

Retour en Suisse pour constater que la querelle helvético-suisse oppose l'Etat aux professionnels chargés de la promotion touristique à l'étranger sur la question de savoir si 31 millions de francs suffisent ou non à notre rayonnement à l'étranger et sur la nécessité d'occulter l'ONST dans les règles de l'art. De leur côté, les hôteliers, petits et grands, les restaurateurs et les cafetiers eux-mêmes se demandent combien de temps ils pourront résister au rétrécissement de leurs marges. Ils pensent que la mortalité des entreprises pourrait s'élever à l'heure des comptes de l'hiver, au mois de mars et avril prochains, si la neige manque son rendez-vous. Comme chaque année, ils s'ensuivra une bataille méthodologique sur la comptabilisation des touristes. L'Office fédéral des statistiques publiera alors les chiffres prouvant que le tourisme a rapporté à la Suisse plus que l'agriculture.

En attendant le printemps prochain, les hôteliers, les restaurateurs, les stations de montagne continuent à guetter avec anxiété un client devenu dur en affaires et avaré de ses deniers. C'est ce qu'on appelle l'hiver sans visibilité... *Jean-Paul Fähndrich*

## «75 ans, âge d'un lifting»

Dans la solennité de la salle du Conseil national et des discours officiels du 75e anniversaire de l'ONST, des enfants des quatre régions linguistiques devaient amener une bouffée de joie par leurs chants. «Frère Jacques» interprété en canon et dans les quatre langues, l'idée était touchante.

Derrière les sourires, on sentait pourtant poindre l'inquiétude et les soucis. Le conseiller fédéral Adolf Ogi a fait preuve d'humour, avec brio, et en français, avant de s'exprimer dans les trois autres langues de la Suisse. Il s'attendait à un petit malheur en ce vendredi 13 novembre, mais rien de grave, par rapport à «un autre malheur qui pourrait se produire dans quelques semaines». Le conseiller fédéral s'est lancé dans un vibrant plaidoyer en faveur de l'EEE, devant les responsables d'une branche en principe acquise à l'oui. La majorité de la population (alémanique) exprimera vraisemblablement hélas un autre avis le 6 décembre...

### L'âge d'un lifting

Autre problème, l'ONST lui-même qui, à 75 ans, «serait en âge de subir un lifting», selon Adolf Ogi. L'analyse à laquelle devra se soumettre l'organisation n'est pas dirigée contre l'ONST et ses organismes; elle se déroulera plutôt avec et pour l'institu-

tion. La Confédération a gelé sa subvention, mais elle ne laissera pas tomber l'un de ses préférés», conclut le conseiller fédéral, qui a réaffirmé l'importance du tourisme pour l'économie.

Président de l'ONST, Jean-Jacques Cevey ne s'est pas privé d'une petite pointe. La Suisse a longtemps compté sur le tourisme pour compenser le déficit de sa balance commerciale, a-t-il déclaré en substance. Maintenant que des difficultés structurelles et des mauvais résultats apparaissent, chacun y va de sa médication, comme dans une fameuse comédie de Molière... «Il faut détecter les vrais problèmes et trouver des solutions», a déclaré Jean-Jacques Cevey. Il croit en une mise en évidence de la culture, s'il ne s'agit pas d'une culture «de classe» ou d'une exaltation nationaliste.

### Offre personnalisée

Il croit en une offre touristique très personnalisée, «qui éloigne notre hôte de ses habitudes grégaires, voire moutonnaires, pour l'inciter à un rôle actif, vivant, intelligent, qui sollicite d'abord l'esprit, le bon goût et la curiosité». Il reste à concrétiser cette vision d'une Suisse qui partagerait avec ses visiteurs, d'où qu'ils viennent, «ces occasions de joie et de ravissement devant les legs du passé et les valeurs du présent». *PM*

**Intercontinental**  
**25 années de carrière**

Le 15 novembre, le directeur général de l'Intercontinental fêtait son quart de siècle passé dans l'établissement genevois. Un record dans une chaîne qui prône la mobilité géographique de ses cadres.

«Lorsque je suis arrivé à l'Intercontinental il y a 25 ans, il n'y avait pas un seul diplomate, assure *Herbert Schott*, l'actuel directeur général de cet établissement 5 étoiles implanté à quelques pas des Nations-Unies. La clientèle était composée de groupes en autocar qui



passaient une ou deux nuits à Genève.» Ce self-made man de l'hôtellerie, entré à l'Intercontinental genevois il y a un quart de siècle, est l'un des bâtisseurs de sa réputation diplomatique.

A la fin des années 1960, ce battant doublé d'une image de casse-cou invite donc gratuitement les chefs d'Etats de passage à Genève. Un investissement qui a payé: «Aujourd'hui, 85 chefs d'Etat sont devenus de fidèles clients, de même que 3000 ministres et 6500 ambassadeurs», assure-t-il non sans fierté.

Des résultats qu'il n'a pu obtenir qu'avec de considérables investissements en temps et en argent: la rénovation intérieure de l'hôtel a coûté autant que sa construction, soit 43 millions. Et surtout, Herbert Schott, peu tenté par un dépaysement africain ou hispano-américain, a refusé une vingtaine de promotions au sein du groupe pour rester à Genève. Un record au sein d'une chaîne qui prône la mobilité géographique de ses cadres.

Car un directeur a non seulement besoin de temps pour nouer des liens avec sa clientèle, il doit aussi les entretenir régulièrement. Le cap de la cinquantaine à peine passé, l'actuel directeur de l'Intercontinental ne veut pas d'une promotion au sein de la chaîne qui lui ferait perdre le contact physique avec un hôtel au profit de tâches administratives. Actuellement, il forme des cadres pour prendre la relève. Et comme lui, ils n'ont pas envie de quitter Genève. VT

**Noga-Hilton à Cannes**

**L'esprit de Genève sur la Croisette**

L'union entre la famille genevoise Gaon et la chaîne Hilton fait recette. Sur les 156 hôtels gérés par Hilton, trois appartements au Genevois d'adoption, Nessim Gaon. Après Cannes, inauguré en avril dernier, deux nouveaux projets sont en cours. Mais pas en Suisse. Hyatt a obtenu le nouvel hôtel haut-de-gamme de Zurich à la barbe de Noga-Hilton. La seule implantation qui intéressait réellement le groupe genevois.

VÉRONIQUE TANERG

Douze ans après l'ouverture du Noga-Hilton sur les rives du Léman, c'est au tour de celui de Cannes de voir le jour. Tout comme son grand frère genevois, cet établissement est un carrefour entre les hommes d'affaires et les touristes, car il est doté d'équipements professionnels et de loisirs. 150 millions de dollars ont été investis. Le Noga-Hilton de Cannes est construit sur la Croisette, à l'emplacement de l'ancien palais des festivals,

dans l'alignement des palais du début du siècle, tels Le Carlton, Le Majestic et Le Martinez. Situé à proximité du centre ville, il est implanté à trois minutes du nouveau centre des congrès cannois.

**Ambiance genevoise**

Cet établissement rectangulaire est équipé de 225 chambres, dont 45 suites. Les suites sont plus nombreuses que les chambres à être installées face à la mer. Les deux matériaux de prédilection du bureau de décoration genevois Idea, le marbre et le bois laqué, sont également très présents à Cannes. Autant de petites touches qui font ressentir l'ambiance genevoise sur la Croisette.

**Deux restaurants**

La restauration a été confiée à *Jean-Yves Meraud*. Ce dernier a fait ses classes à l'Hôtel des Bergues, avant d'entrer dans la chaîne Hilton. Ce nouvel hôtel cannois dispose de deux restaurants. L'un au nom très cinéphilie, le Grand Bleu, où des spécialités de poissons côtoient les plats de viande. Il permet d'effectuer des déjeuners rapides comme des diners plus cosy. L'autre, La Scala, a opté pour un style gourmet: il est assaisonné à la sauce du sud de la France et de l'Italie. Ambiance plus raffinée, dans un cadre inspiré par le paquebot Normandy, Le Caviar House a également pignon sur la Croisette. Cannes, qui tente de remplacer son étiquette de ville estivale par celle de centre de congrès, compte cinq salons supplémentaires (modulaires en 12 salles de réunions) dans cet hôtel quatre étoiles luxe (aux normes françaises).

**Simple coquetterie?**

Sur le modèle du Grand Casino, veleurs rouge et polyvalence des installations, un amphithéâtre de 850 places est intégré dans les sous-sols du Noga-Hilton. En ce qui concerne la détente, le Noga-Hilton de Cannes est équipé d'une piscine sur le toit, de deux jacuzzi et d'un fitness. Plus qu'une simple coquetterie, son tunnel sous la Croisette donne accès directement à la plage, en évitant la circulation.

**Déjà terni**

Mais si du point de vue de la conception, l'esprit de Genève souffle sur la Croisette, en revanche la rigueur et la netteté helvétiques n'ont pas traversé la frontière. A peine cinq mois après son ouverture, cet établissement quatre étoiles luxe, qui affiche une fourchette



Tout comme son grand frère genevois, le Noga-Hilton de Cannes est un carrefour entre les hommes d'affaires et les touristes. Photo Noga-Hilton

de prix entre 850 et 9500 francs français, est déjà terni. Les moquettes des couloirs sont tachées à plusieurs endroits, tout comme les prospectus qui sont distribués dans les chambres pour décliner les

prestations de l'hôtel. Sans oublier les joints au caoutchouc qui pendent négligemment des superbes plafonds aux miroirs fumés au-dessus de la tête des clients. Dommage.

**Une chaîne dans la chaîne**

L'ouverture de ce troisième Noga-Hilton en avril dernier permet d'assister à la naissance d'une chaîne nouvelle au sein même de la société de management hôtelier Hilton (qui assure la gestion de 156 hôtels dans une cinquantaine de pays).

Ses composantes sont déterminées avec précision: une implantation soigneusement sélectionnée, à la fois à proximité du centre ville tout en bénéficiant d'un environnement privilégié (face au Lac Léman avec vue sur le Mont-Blanc ou face à la Méditerranée); un bâtiment haut-de-gamme d'une forte capacité d'hébergement avec une conception et une décoration qui rappellent la maison-mère de Genève.

Son objectif est de répondre aux besoins des hommes d'affaires ainsi qu'à ceux d'une clientèle touristique, sans négliger la vie locale. Même si les façades restent discrètes, des spectacles sont régulièrement organisés dans son amphithéâtre, des animations, voire des expositions artistiques, se renouvellent intra-muros.

**Du côté de Moscou**

Après Genève, Abuja (Nigéria) et Cannes, Noga-Hilton construit actuellement à Lisbonne un établissement de 343 chambres, implanté au centre ville dans le parc Edouard VII, qui surplombe la vieille ville. Ouverture prévue au cours de l'année 1994. Le groupe lorgne désormais du côté de Moscou. «Nous ne pouvons pas continuer à nous développer en Suisse, car nous n'avons trouvé aucun emplacement suffisamment bien situé», commente *Eric Kuhne*, directeur-général du Noga-Hilton de Genève depuis 1988. Le seul projet sérieux que nous ayons eu était une implantation à Zurich. Mais elle a été attribuée au groupe Hyatt.

En revanche, cette chaîne hôtelière ne prête que peu d'intérêt à la France voisine. «Hilton s'était intéressé au projet de nouvel hôtel à la Part-Dieu à Lyon, ajoute *Eric Kuhne*. Mais les études de marché nous ont découragés. Les taux de remplissage potentiels ne permettent en aucun cas d'être rentable. Lyon, c'est la brousse!» VT

**OUTGOING**

**Départ Genève**

**Relancer la stratégie**

Trois ans n'ont pas suffi à l'association Départ Genève pour justifier son existence. Mais son nouveau président, Rolf Kressig, a décidé d'agir plus énergiquement.

Mise sur rail le 7 novembre 1989 pour promouvoir l'aéroport de Cointrin auprès d'une clientèle touristique, l'association Départ Genève a du mal à décoller. Elle végète depuis trois ans, au point que certains membres, notamment Lavanchy, Air France et Lufthansa, ont claqué la porte, tirant ainsi la sonnette d'alarme sur les maigres résultats obtenus. «Il est vrai que jusqu'à présent Départ Genève n'a pas fourni de résultats suffisamment attrayants pour ses membres, reconnaît *Rolf Kressig* qui pilote l'association depuis la mi-octobre. Ils n'en ont pas eu pour leur argent.»

**Trois objectifs**

Le nouveau président de Départ Genève a donc fixé trois objectifs pour l'an prochain, d'eux d'entre eux concernent directement ses membres, le troisième le client. Il s'agit d'augmenter le nombre de ses participants pour pouvoir réduire le montant des cotisations (7000 francs pour les t.o., 2000 francs pour les compagnies aériennes et 1000 francs pour les commerçants et les sociétés de cartes de crédit) et d'élargir son rayon d'action aux six cantons romands et à la France voisine. Deux réunions d'information

pour les agents de voyage et les revendeurs sont prévues en février prochain. Quant au client qui aura acheté un billet labellisé «Départ Genève», il recevra, en plus du billet de train CFF, un lot de huit bons de réduction dans les commerces, les restaurants et le parking de l'aéroport de Cointrin, voire dans les hôtels environnants.

De plus, une chasse aux économies a été engagée au sein de Départ Genève. La structure permanente disparaît, de même que le poste de secrétaire-général, au profit d'un service temporaire de secrétariat aux côtés du nouveau président.

Assurer la promotion de l'aéroport de Cointrin auprès des Suisses romands. N'est-ce pas surprenant? Cette démarche semble tenir de l'enfoncement de portes ouvertes. En effet, ce public est déjà largement conquis: même s'ils payaient moins cher au départ de Kloten, les Romands ne feraient pas l'effort de se rendre à Zurich. Ou alors, ils auraient déniché un vol à prix vraiment cassé. En revanche, cette démarche serait plus fructueuse dans l'Ain et en Haute-Savoie, puisque le cœur des Français balance entre Satoles (qui a lancé «Je décolle de Satoles») et Cointrin. Mais là, les statuts actuels de l'association l'empêchent d'accueillir les membres de l'Hexagone.

Que *Rolf Kressig* refuse de communiquer la liste des membres de Départ Ge-

neve est tout aussi surprenant. Promouvoir l'aéroport de Cointrin, oui, faire de la publicité à ceux qui l'utilisent comme outil de travail, non.

Dernière surprise et non des moindres: la charmante hôtesse qui représentait l'association Départ Genève au TTW n'avait pas la moindre idée de l'association qu'elle représentait. Ne parlant pas l'anglais, elle n'a pas pu fournir de renseignements à un professionnel japonais... Cette clientèle asiatique constitue pourtant le gros des troupes touristiques qui visitent encore Genève... L'association Départ Genève serait-elle devenue un club confidentiel? Véronique Tanerg

**Iberia-Suisse**

**Bons résultats**

Iberia-Suisse a obtenu d'excellents résultats au cours des sept premiers mois de l'année. La compagnie aérienne a ainsi transporté 56,9% de passagers de plus qu'à la même période de 1991. A noter que les agences d'Iberia en Suisse ont été rattachées à la direction Europe centrale, basée à Francfort.

Le nombre total de visiteurs entrés en Espagne au cours des huit premiers mois de l'année a augmenté de 3,9% par rapport à 1991. Mais les entrées suisses ont connu un fléchissement de 1,8%. sp/r.

**British Airways**

**Miss Zurich en vedette**

Pour mettre du charme dans sa campagne publicitaire mondiale «Feeling good», la compagnie aérienne British Airways a choisi une Suisse comme cover girl pour les affiches et les annonces. Il s'agit de *Natalie Lancaster*, 22 ans, couronnée Miss Zurich l'année dernière, employée de British Airways à Zurich, au service des réservations, billets et ventes.

**Nouveautés**

La compagnie britannique va dépendre 20 millions de livres pour cette campagne publicitaire, dont l'un des éléments essentiels est un spot télévisé de 60 secondes, qui sera diffusé aussi sur les chaînes suisses. Elle servira à la promotion d'une série de nouveautés pour les personnes en voyage d'affaires. L'investissement nécessaire à l'introduction de ces prestations est évalué à 80 millions de livres.

Parmi ces nouveautés, citons notamment un système vidéo ultramoderne pour les passagers de la business class, sur les vols intercontinentaux, placé dans le dossier du siège avant. Les places de la classe Club World seront dotées de sièges plus confortables. Quant au Cordeur, son intérieur sera entièrement réaménagé. PM

**Kuoni**

**Excellents résultats en perspective**

Le groupe Kuoni s'attend à boucler l'exercice en cours (qui se termine au 31 décembre) avec un résultat bien meilleur que celui de l'an passé. Le bénéfice net de fin d'année devrait se situer entre 35 et 40 millions de francs (21,3 millions en 1991). Le chiffre d'affaires devrait quant à lui atteindre entre 2,4 et 2,5 milliards de francs et le cash-flow 55 à 60 millions de francs. Le groupe explique que ce résultat sera vraisemblablement obtenu en partie grâce à un rigoureux contrôle en matière de coûts. Une seule ombre au tableau: la faiblesse de certaines monnaies étrangères par rapport au franc suisse. Ces résultats seront possibles en partie grâce aux bonnes performances réalisées en Suisse, en France et en Angleterre notamment.

**Incoming en hausse**

Le chiffre d'affaires réalisé par le groupe pendant les neuf premiers mois de l'année approche déjà les 2 milliards de francs, soit 18% de plus que l'an passé à la même époque. La hausse est particulièrement évidente dans les secteurs de l'incoming (+47%), en Allemagne (+43%), en Autriche par l'intermédiaire de Neckermann Reisen AG (+34%) et en Angleterre (+25%). En Suisse, la hausse se monte à 8% (les filiales Privat Safaris AG et Popularis In-clues). sp/JPF

Après Infotel 92

# Faire le bon choix en informatique

En sortant du dernier salon Infotel, l'hôtelier ou le restaurateur pouvait se sentir perplexe. Comment s'y retrouver, parmi les nombreux systèmes proposés? Une analyse sérieuse des véritables besoins de l'entreprise est primordiale, répond Pierre-Alain Lador, au Centre informatique hôtelier, à l'École hôtelière de Lausanne. Question tendances technologiques, les PC et l'intégration des services s'imposent.

PHILIPPE MASPOLI

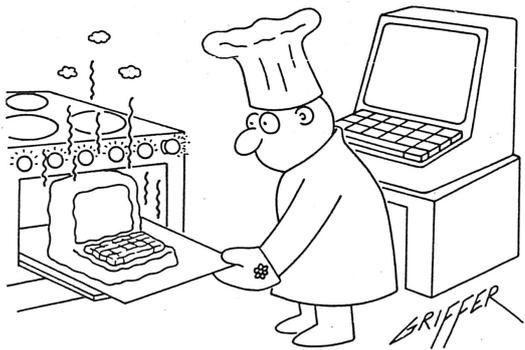
C'est vrai, admet Pierre-Alain Lador, organisateur d'Infotel, «il y a actuellement beaucoup, peut-être trop de possibilités». Le salon de l'informatique hôtelière a débuté, en 1977, avec quatre ou cinq sociétés qui proposaient de gros systèmes relativement coûteux. Ces dernières années, Infotel a réuni 27 exposants à Bâle, 17 à Lausanne, dans le cadre de Gastronomica 1992. Le tableau des sociétés d'informatique établi par le Centre informatique hôtelier (CIH) contient 51 adresses!

Même s'il faut s'attendre à des regroupements et des disparitions ces prochains temps, force est de reconnaître que le choix du chemin informatique à suivre n'est guère aisé pour l'hôtelier. Or il y a encore du pain sur la planche: la plupart des hôtels de quatre à cinq étages sont équipés, mais 70 à 80% des autres établissements ne le sont pas.

## Du temps pour les clients

L'hôtelier ou le restaurateur ne devrait pourtant pas se décourager, vu les services que les ordinateurs sont en mesure de fournir: «Une simplification du travail signifie plus de temps pour les clients», déclare Pierre-Alain Lador. Avec l'aide de l'informatique, l'hôtelier ou le restaurateur se trouve en mesure de connaître avec précision la situation de son entreprise et peut ainsi réagir rapidement. Mais un système informatique ne fonctionne de façon optimale que si l'utilisateur a obéi à certains principes au moment de prendre les options définitives.

Premièrement, il est essentiel d'établir un catalogue des besoins. Ensuite, il



Du bon usage de l'ordinateur à la cuisine...

Dessin Beng-Göran Griffier

n'est pas nécessaire d'informatiser d'emblée tous les services. Un choix peut avoir lieu entre le «front office» (réception, hébergement), le «back office» (administration, comptabilité) et le «food and beverage».

Avant de se fixer sur la société informatique qui lui conviendra, l'hôtelier devrait s'enquérir des références des différents marchés (que l'on trouve dans le tableau du CIH) et prendre contact avec

des collègues déjà équipés. Un point important à ne pas sous-estimer avant la décision: la qualité des services d'assistance et de maintenance.

## Mini-ordinateur ou PC?

Parmi les aspects à ne pas négliger figure le logiciel de base (MS-DOS est actuellement le plus courant), qui doit favoriser une certaine souplesse d'utilisation. Autre choix d'importance: mini-ordinateur (centralisé) ou PC (personnel

computers, que l'on peut installer en réseau)? Selon Pierre-Alain Lador, la première solution convient mieux aux grands établissements, la seconde aux petits. Cette règle n'est pas absolue, puisque l'on connaît, à Munich, un hôtel de 1000 chambres équipé de 70 PC...

Il peut s'avérer néfaste de se lancer dans une informatisation exagérée. Par exemple, les hommes d'affaires apprécieront sans doute une automatisation des opérations de départ («check-outs»). Mais à l'arrivée («check-in»), hormis le cas d'un hôtel ou d'un motel de passage, le client préfère être pris en charge et accueilli par un(e) réceptionniste que par un écran d'ordinateur...

Le Centre informatique hôtelier, dirigé par Pierre-Alain Lador, se trouve en

mesure de fournir des conseils systématiques. Il dispose d'un tableau synoptique des sociétés d'informatique hôtelière. Il possède un programme d'aide au choix (système expert), qui sélectionne les sociétés et les solutions convenant à l'hôtel examiné, sur la base de réponses à un questionnaire, données en principe sur disquette, éventuellement par écrit.

Il peut également procéder à une analyse sur place. Lancé en 1990, le programme d'aide au choix n'a pas obtenu le succès escompté, reconnaît Pierre-Alain Lador. Sans doute parce que ce service est payant (20 francs pour la liste, 300 francs pour le programme). Mais il faut préciser que le CIH ne reçoit aucune aide financière pour ce travail.

## Les récentes tendances

Le salon Infotel d'octobre 1992, à Lausanne, a connu une fréquentation moins forte que d'habitude. Mais les contacts étaient «de bonne qualité». Les organisateurs s'affirment donc plutôt satisfaits. Quelles sont les tendances en informatique hôtelière?

Traditionnellement, on distingue des systèmes destinés au «front office» (fichier clients, réservations, gestion des chambres, main-courante, etc.), au «back office» (comptabilité, gestion du personnel, administration) et au «food and beverage» (commandes, comptabilité des stocks, gestion des achats, recettes). Dans ce dernier domaine, on atteint des sommets de sophistication: détails des propriétés des produits (db Gastronom), commande à distance (Handy/Ciel de Microciel), appareils «point of sales» (POS) absolument étanches (Classic Line). Mais au total, le fin du fin qui s'impose est d'obtenir un système permettant la gestion intégrée des trois secteurs de l'hôtel (plusieurs produits ont atteint ce stade).

Sur le plan matériel, les systèmes PC ont la cote, grâce à leur souplesse. Le mini-ordinateur, qui propose plus fa-

cilement des solutions globales, reste néanmoins d'actualité. En ce qui concerne les logiciels de base des PC, l'environnement IBM (MS DOS, Windows, OS2 un peu) tient le haut du pavé. A noter que McIntosh n'a pas fait de percée dans le domaine hôtelier. Chaque constructeur de mini-ordinateur propose son propre logiciel, UNIX, qui tourne sur PC et sur mini-ordinateur, se développe dans l'hôtellerie et pourrait connaître un brillant avenir. Quant au prix, le minimum signalé est de 12 000 francs (offre de Classic Line à Infotel).

## Au hit parade

Il reste à établir le hit parade des systèmes informatiques hôteliers. Fidello (produit allemand, de Munich, revendu en Suisse par Atag Informatique) et FSH Informatique notamment semble s'imposer en leader. Dans le peloton de tête, on citera Classic Line (très agressif sur les prix, également mis au point un système de réservation), Microciel, Lodgixit, Rebag. Dans le domaine des points de vente POS, Micros prend le pas sur NCR. Mais, selon leurs besoins, les hôteliers peuvent trouver leur bonheur ailleurs.

PM

## LOISIRS

3e âge

# Faut-il adapter l'offre touristique?

Dans 20 ans, un Suisse sur cinq sera un rentier AVS contre un sur sept aujourd'hui. Face à ce vieillissement général de la population helvétique, les représentants du tourisme et des agences de voyages s'interrogent. Faut-il adapter l'offre touristique ou est-elle suffisante? Ces questions sont pertinentes, car les personnes du 3e âge sont libres de leur temps et financièrement indépendantes. Sans oublier que dans quelques décennies se ressentira la manne du deuxième pilier obligatoire.

CLAUDE-ALAIN CHÂTELAIN

Selon les statistiques des principales agences de voyages, les personnes âgées, de plus en plus nombreuses, représentent aujourd'hui environ 50% de leur clientèle. Mais le touriste âgé n'apporte encore que de maigres bénéfices aux entreprises touristiques. Pour l'instant, les agences de voyages hésitent à engager davantage d'efforts dans ce domaine. Mais dès que les retombées de l'introduction du deuxième pilier obligatoire (Caisse de retraite) et même du troisième pilier se seront faites sentir - aux environs de l'an 2030 -, le marché du troisième âge deviendra, à n'en pas douter, plus intéressant pour les organisateurs de voyages.

## Offre adaptée?

Il faut dire aussi que le comportement du retraité face aux loisirs a bien changé: ses désirs ne diffèrent que peu de ceux des générations plus jeunes. En voyant, le retraité veut montrer aux autres comme à lui-même qu'il arrive à s'intégrer dans la société. Pour lui, les vacan-

ces, ce n'est pas une manière de décompresser comme pour les travailleurs. Mais la personne âgée du voyage souhaite voir une offre spécialement conçue pour elle: réductions tarifaires, alimentation préventive, excursions guidées, etc. Les personnes âgées attachent effectivement davantage d'importance que les jeunes à la qualité de l'accueil, à l'hospitalité et à la communication avec les responsables.

Le principal avantage pour les t.o. est que les personnes âgées voyagent toute l'année comme le secteur des congrès ou des incentives. C'est à la suite de la crise pétrolière des années septante que les entreprises touristiques ont découvert cette nouvelle clientèle potentielle qu'est le 3e âge. Même si le grand âge reste emprunt d'une connotation négative parce qu'il ne contribue plus à la prospérité du pays, le retraité dispose néanmoins du temps et de l'argent.

## Rares spécialistes

Pourtant, les agences de voyages spécialisées dans le marché du 3e âge sont rares: Geriberz AG à Wettingen est l'une d'entre elles. Cette agence de voyages met l'accent sur le confort, la qualité du service, la tranquillité, les rencontres culturelles et les beautés du paysage. Les personnes d'âge mûr sont exigeantes (infrastructures adéquates, ascenseur, meilleur moyen de transport). Et plus vulnérables aussi (difficultés d'adaptation aux changements de climat, accoutumance malaisée aux trajets de longue durée et intégration sociale plus difficile que les jeunes). Tous ces points n'incitent guère les voyagistes à s'intéresser aux personnes âgées qui demandent donc une préparation plus exigeante.

Certaines agences de voyages offrent des réductions aux retraités même si el-

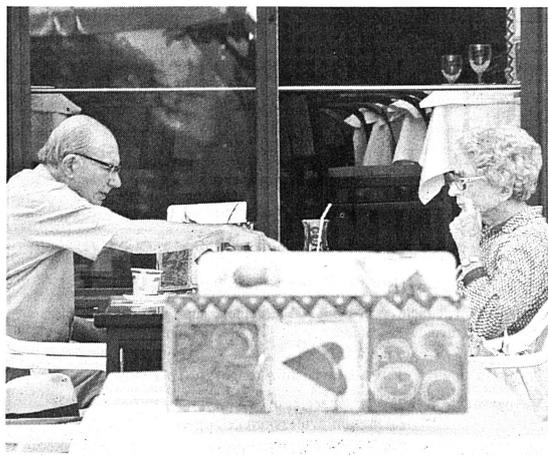
les ne disposent pas d'une offre spécialement conçue pour la clientèle âgée. C'est le cas notamment de Kuoni, Hotelpian et Danzas. D'autres agences de voyages ont abandonné ce segment parce qu'il n'était pas assez rentable: c'est le cas, à l'époque, d'Activa à Zurich et de Popularis Tours à Berne. Ils avaient songé à offrir des voyages pour le 3e âge, mais ils ont vite abandonné ce marché parce qu'il ne répondait pas à leurs attentes, à savoir un maximum de profit pour un minimum d'investissement. Les seuls prix attractifs ne suffisent en effet pas pour attirer cette clientèle.

Outre la Fédération des coopératives Migros qui offre des vacances à thème pour les personnes âgées et les différentes associations d'âinés, plus de 500 hôtels suisses accordent aussi des rabais aux retraités. Pro Senectute, une fondation nationale privée, créée en 1917, organise des excursions et des vacances à thème. Les personnes âgées peuvent aussi profiter de l'offre de la Caisse suisse de voyages Reka qui accorde des prix fortement réduits aux familles disposant de moyens financiers restreints.

## Dans les autres pays

La Grande-Bretagne possède son grand voyagiste, Saga, spécialisé dans cette clientèle et qui recrute des centaines de milliers de voyageurs âgés à l'aide de ses brochures publicitaires. Aux Etats-Unis, l'American Association of retired persons (AARP) regroupe 17 millions de membres.

Le vieillissement de la population est généralisé à toutes les sociétés développées. Les chiffres sont éloquent: à la fin du siècle, les plus de 60 ans seront 10,3 millions en Allemagne, 10,5 en Grande-Bretagne, 11 en Italie et 8,2 en France. Dans l'ensemble de la CEE, ils seront



Face aux loisirs, les désirs des personnes âgées ne diffèrent que peu de ceux des générations plus jeunes. Mais elles sont souvent plus exigeantes et plus vulnérables.

Photo Jean-Paul Fährdrich

55 millions contre 35 en 1987. En Suisse, les plus de 65 ans représenteront le 20% de la population totale.

Si les personnes âgées représentent une part toujours plus grande de la clientèle des agences de voyages, les spécialistes de la branche tels que Kuoni ou Imholz ne leur proposent pas des offres spécialement adaptées, la demande n'étant pas encore assez suffisante. Pourtant, comme beaucoup d'autres agences, ils leur accordent des réductions.

Ces grands voyagistes suisses estiment que l'offre actuelle est largement suffisante et préfèrent laisser à d'autres entreprises - non commerciales - le soin de s'occuper de ce secteur guère rentable. Ainsi la plupart des agences de voyages refusent de s'intéresser uniquement aux personnes âgées parce qu'elles constituent un marché difficile à atteindre, peu rentable et problématique. Elles se contentent donc d'accorder des réductions aux retraités AVS dans un but purement commercial.

CCNT  
**Cafetiers en assemblée?**

A la demande de plusieurs de ses sections, la Fédération suisse des cafetiers, restaurateurs et hôteliers a provisoirement fixé au 17 décembre la date d'une éventuelle assemblée générale extraordinaire. La CCNT, signée en mars dernier, est de plus en plus contestée par les cafetiers romands notamment qui voudraient faire machine arrière.

Acceptée de justesse le 23 mars dernier à Berne par les délégués, la nouvelle Convention collective de travail pour l'hôtellerie et la restauration (CCNT) est entrée en vigueur le 1er juillet dernier. Or, on le sait, elle provoque depuis quelques mois déjà de plus en plus de remous, surtout dans les milieux des cafetiers romands qui souhaiteraient faire machine arrière. Ceux-ci auront peut-être l'occasion d'en découdre le 17 décembre puisque, conformément aux statuts, la FSCRH est tenue d'organiser une assemblée générale extraordinaire si cinq sections cantonales au minimum en font la demande avec un motif à l'ordre du jour. Ce qui semble être le cas aujourd'hui puisque Genève, Vaud, Valais, Neuchâtel, Fribourg, Tessin et Bâle-Ville se seraient mis d'accord dans ce sens.

Or, rien n'est encore définitif. Le Comité central de la FSCRH doit en effet encore se réunir le 10 décembre pour tenter de calmer le jeu et considérer la recevabilité juridique ou non de la procédure.

Les «réfractaires» estiment que la CCNT ne convient plus. Ils sont d'avis que depuis sa signature, la situation économique s'est détériorée à tel point que les cafetiers ne peuvent plus faire face. Ils souhaitent demander l'annulation du vote du 23 mars, le maintien de la CCNT 1988, la mise en place d'une période d'observation en regard de la conjoncture économique et enfin la reprise des négociations avec l'Union Helvétique.

L'annulation de la nouvelle CCNT est-elle possible? Selon les spécialistes, un tel renversement de situation est, pour des raisons juridiques, à exclure.

La section genevoise des cafetiers avait déjà recouru auprès de l'OFIAMT contre la mise en place de la force obligatoire (obligation d'appliquer la CCNT même si l'on n'est pas membre de l'Association des cafetiers). JPF

Genève  
**Les hôteliers mijotent des brunchs thématiques**

Le brunch dominical offre une alternative aux Genevois tentés par le tourisme gastronomique à la campagne. Dans la course à l'innovation, une nouvelle formule est apparue: les brunchs thématiques.

VÉRONIQUE TANERG

Las que les Genevois fuient la cité du bout du lac pour faire du tourisme gastronomique dans la campagne vaudoise ou en France voisine, les hôteliers et les restaurateurs ont décidé de réagir. Les brunchs ont progressivement grignoté des parts de marché aux traditionnels repas dominicaux en famille. Cette nouvelle habitude alimentaire, venue des Etats-Unis, se situe à mi-chemin entre le breakfast et le lunch. «Depuis l'ouverture de l'hôtel à la fin de 1990, nous n'avons proposé que des brunchs le dimanche, assure Sophie Praz, secrétaire du Food & Beverage de l'hôtel Mövenpick-Radisson. Ils ont beaucoup de succès: nous faisons le plein tous les dimanches - ce qui représente 150 couverts.»

Cette formule coûte beaucoup moins cher qu'un déjeuner complet et répond aux attentes d'une clientèle familiale. A Genève, il faut compter entre 30 et 40 francs pour un buffet café-croissants renforcé par une fourchette de mets chauds et froids. Par exemple, la Récolte, le restaurant du Penta Hotel, mise sur un large choix de hors-d'œuvre, de salades et de poissons. Sans oublier l'assortiment de desserts. La plupart des grands hôtels effectuent ce type de service entre 11 heures et 14 heures.

**Un dimanche par mois**

Le Noga-Hilton a, quant à lui, pris une longueur d'avance dans cette course à l'innovation. Puisque la recette mijotée depuis une dizaine d'années plaît aux Genevois, il propose un «plus»: un dimanche par mois, cet hôtel implanté sur les rives du Léman organise un brunch thématique qui cible en alternance une clientèle adultes et enfants.

Par exemple, en juillet dernier, un spécialiste Hermès est venu faire découvrir les 1001 façons de nouer le célèbre foulard. En joignant la parole aux actes. Autre thème à déguster au Noga-Hilton après un brunch: les antiquités. Les intéressés ont pu boire les paroles de Walter Probst, un ébéniste-restauteur venu



Parmi les 250 participants au brunch, 80 personnes sont venues uniquement pour faire la dictée, assure Myriam Krieger Demetriades, responsable des relations publiques du Noga-Hilton, elle-même passionnée d'orthographe! Photo Eric J. Aldau

donner des trucs pour différencier les vraies des fausses antiquités... «En moyenne, 115 personnes viennent prendre un brunch ici le dimanche, mais ces manifestations nous ont permis d'augmenter la fréquentation de près d'un tiers, assure Myriam Krieger Demetriades, directrice des relations publiques du Noga-Hilton et gératrice des brunchs thématiques. Sans que cela fasse de l'ombre à nos deux autres restaurants. Chacun a un type de clientèle différent: les familles préfèrent le brunch car la salle est équipée d'un espace de jeux, tandis que les familles sans enfants et les groupes d'amis optent pour la Grignotière. Les Cygnes restent un restaurant gastronomique.»

**Petits plats dans les grands**

Pas question de s'endormir sur ces lauriers. D'autres manifestations de ce type ont été prévues pour étayer les brunchs du Noga-Hilton. Le 15 novembre, il était question de l'impact des couleurs sur le teint avec la conseillère en «look» Rozmi Pahlisch. Le 13 décembre ce sera un

brunch assaisonné à l'«Escalade». Une délégation en costume historique viendra lire la Proclamation de l'Escalade avant d'entonner le «Cé qué Laino». Puis de casser en mille morceaux une marmite géante. Sans oublier un concours de déguisements pour les enfants.

Le Mövenpick-Radisson met les petits plats dans les grands pour séduire les gastronomes en culotte courte. Le 1er novembre, il a organisé un brunch Halloween au cours duquel les enfants ont reçu des bonbons dans des citrouilles, comme le veut la tradition américaine. Un animateur a encadré la manifestation. Cet hôtel suit le calendrier des fêtes pour organiser ses brunchs: Pâques et sa course à l'œuf pour les enfants ou encore le 25 décembre et le brunch de la Saint-Sylvestre.

Le Noga-Hilton dispose lui aussi d'un espace enfant et une animatrice s'en occupe. Mais pour ces chères têtes blondes, même le jeu devient jeu. Ils payent du reste en fonction de leur taille: 1,50 franc les 10 centimètres (jusqu'à un mètre cinquante)...

Leysin Rock Festival  
**L'hôtellerie crée le débat**

«Faut-il vraiment s'obstiner à vouloir faire du Leysin Rock Festival l'image de marque no 1 de la station?» Telle est la question qui agite actuellement la communauté leysenoise, après une prise de position très ferme à ce sujet de la Société des hôteliers de Leysin, sous l'impulsion de son président Jean-Rodolphe Herren, et cela suite à diverses déclarations rapportées par les médias à propos de l'avenir du grand rassemblement rock.

Ce n'est un secret pour personne: le Leysin Rock Festival se débat depuis plusieurs années dans les difficultés financières importantes, souvent évoquées dans la presse. La récente redistribution des cartes entre les principaux organisateurs de grands rassemblements musicaux de Suisse (à l'exclusion de VSP, organisateur du Festival de Leysin), n'arrange en rien les choses, bien au contraire...

C'est dans ce contexte que la Société des hôteliers de Leysin a choisi, par l'intermédiaire de son président Jean-Rodolphe Herren, de provoquer le débat en remettant le Festival à sa juste place: «L'hôtellerie leysenoise ne s'oppose pas au Festival mais constate qu'il ne faut en aucun cas exagérer l'apport direct de celui-ci. La chute des nuitées enregistrées par la station est surtout le fait du départ de grandes organisations. La progression qu'enregistre l'hôtellerie traditionnelle est avant tout liée à la création de nouveaux hôtels avec infrastructure de congrès.»

Réclamant une égalité de traitement par rapport à l'aide apportée au Festival, la prise de position de l'hôtellerie leysenoise a provoqué un remous certain au sein de la petite communauté des Alpes vaudoises, d'aucuns s'interrogeant également sur l'unanimité ou non des avis hôteliers exprimés dans la déclaration de la SHL. Au-delà de la polémique, la démarche a le mérite d'ouvrir un vrai débat et de rappeler combien une station doit, aujourd'hui, veiller non seulement à véhiculer une image mais surtout définir celle-ci avec tous les partenaires concernés par son développement. Du choc des idées naît parfois la lumière... JCK

MARCHÉ IMMOBILIER



**FELDSCHLÖSSCHEN**  
Immobilier

Nous louons,  
date d'entrée à convenir, notre

**Restaurant La Terrasse**

Rue des Chenevières 2, Vevey

Etablissement bien équipé, merveilleusement situé entre deux villes, près du lac avec

Restaurant	60 places
Salle à manger	45 places
Terrasse (avec infra-rouge)	100 places

Le tenancier ou couple de tenancier avec formation professionnelle approfondie, expérimenté, dynamique, possédant un esprit d'initiative, sachant assumer les responsabilités et doté d'un sens inné pour l'hospitalité

aura la chance exceptionnelle de mener cette affaire au succès.

Le défi vous tente-t-il? Alors veuillez adresser votre dossier complet à

Feldschlösschen Immobilien AG

4310 Rheinfelden, Tel. (061) 835 09 35, Fax (061) 835 09 34

**A vendre ou à louer**

au cœur de Neuchâtel, situation privilégiée au bord du lac

**hôtel-restaurant**

- 42 chambres équipées de façon moderne
- 9 chambres pour le personnel

**Restaurant:**

- 170 places assises
- 75 places supplémentaires en été sur la terrasse
- salle pour banquets et séminaires de 100 places

Chiffre d'affaires annuel 3,5 millions.

Offres et renseignements sous chiffres à 450-3326 à ASSA Annonces Suisses SA, Fbg du Lac 2, 2000 Neuchâtel.

A 51377/42790

**A louer restaurant**

A la suite d'une rénovation complète, nous cherchons un couple de locataires. Le restaurant a 70 places, 12 places de parc. Un capital d'environ Fr. 50 000.- est requis pour l'achat de l'inventaire et des réserves de marchandise (à déduire). Un appartement de 3 pièces est à disposition. Le restaurant se trouve sur la route cantonale, au bord du lac de Neuchâtel, près du Port d'Hauterive.

Renseignements sont à adresser à Mme Sonja Hug Champveyres 1 2068 Hauterive Téléphone (038) 33 17 41

51381/351628

**pour le professionnel**



**alustar**  
disponible chez votre grossiste

DIVERS

**MUSIQUE TZIGANE**

russe, hongroise.

Tél. (022) 735 92 75 - 311 64 61

**Pressé?...**

Téléfax 031 46 23 95

P 51408/44300

## Formation permanente

## Demandez le programme!

Le programme des «Cours de perfectionnement 1993» vient de paraître. Fruit d'une collaboration étroite entre les bureaux romands de la SSH et de FSCRH, cette brochure contient le calendrier complet des cours de perfectionnement organisés en Suisse romande conjointement par le service de la formation permanente de la SSH et le service de la formation professionnelle de la FSCRH. Ces cours s'adressent notamment à tous les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration qui souhaitent connaître les techniques permettant de mener une entreprise en anticipant les changements et en s'y adaptant.

## Récapitulatif des cours 1993

Thème	dates	lieu
Lire et mémoriser efficacement	22 février 30 juin	Neuchâtel Pully
La formation dans l'entreprise	16 février 23 novembre	Lausanne Lausanne
La gestion du personnel	18 mars 21 octobre	Lausanne Lausanne
La CCNT pour les hôtels, restaurants et cafés	24 février 23 novembre	Lausanne Lausanne
Le client et moi	8/9 mars 25/26 octobre	Genève Fribourg
La performance d'un coup de fil	17 février 20 octobre	Lausanne Lausanne
L'accueil et la vente à la réception et au restaurant	16 mars 5 octobre	Lausanne Lausanne
Affronter les réclamations	11 février 18 novembre	Lausanne Lausanne
Votre look: un moyen de communication	10 mai 13 septembre	Sierre Delémont
Remise et reprise d'un établissement public	26 avril 11 octobre	Pully Fribourg
La gestion d'une entreprise avec un ordinateur	mars/juin/sept.	Lausanne
Le marketing en action	mars/juin/oct	Lausanne
Le bar, un art à part	5/6 avril 8/9 novembre	Pully Neuchâtel
Les vins californiens	14 juin 6 septembre	Fribourg Genève
Initiation à la gestion informatique d'une cuisine	printemps	Pully
Organisation de banquets et diverses réceptions	22/23 mars 1/2 juin	Sierre Pully
Sécurité et hygiène alimentaire	14 janvier 17 novembre	Lausanne Lausanne
Cours de service accéléré	1 au 10 mars 4 au 13 octobre	Pully Pully
Séminaire SSH pour chefs d'entreprises	printemps et automne	
3e Forum romand des cadres de la restauration et de l'hôtellerie	novembre	Crans

Pour obtenir la brochure des cours ou de plus amples renseignements: SSH, 10 rue des Terreaux, case postale 377, 1000 Lausanne 9 (021/200 333) ou FSCRH, avenue Général Guisan 42a, 1009 Pully (021/29 88 24).

## Konjunkturtest

## Pessimistische Erwartungen

Gemäss den Ergebnissen der KOF/ETH-Umfrage zum dritten Quartal 1992 hat das Gastgewerbe insgesamt unter der allgemein schwachen Konjunktur gelitten.

Die «abnehmend»-Meldungen überwiegen gegenüber den «zunehmend»-Meldungen mit 29 Prozent. Die Umsätze sanken um 2 Prozent. Die Ertragslage hat sich erneut deutlich verschlechtert. Die betrieblichen und persönlichen Kapazitäten galten als überhöht.

Für das begonnene vierte Quartal wird aufgrund der anhaltend unbefriedigenden Wirtschaftslage mit einem im Vergleich zum Vorjahr tieferen Absatz gerechnet.

## Öko-Tip

## Auf Sparflamme

Wer Energiesparlampen anstelle von Glühbirnen verwendet, spart jedes Jahr 1650 Franken. Betriebliche Voraussetzung: 100 Glühbirnen, Brenndauer 8 Stunden pro Tag, Abschreibung des elektronischen Vorschaltgerätes auf 10 Jahre.

Ökonomische Einsparung: 12 240 kW Strom zu 16 Rappen, abzüglich Mehrkosten der Energiesparlampen von 300 Franken (inklusive Anteil Vorschaltgerät).

Ein Tip aus dem Umwelthandbuch «Natürlich erfolgreich». Es erscheint Ende November im Verlag des Schweizer Hotelier-Vereins, Telefon (031) 50 71 11, und kostet 76 Franken. *pd*

Nach den vier Tourismuszonen ausgewertet, ergeben sich nur geringe Unterschiede. Die Umsätze lagen leicht unter oder leicht über dem Vorjahresniveau. Bezüglich des 4. Quartals sind die Absatzerwartungen in den «Berggebieten», noch ausgeprägter jedoch in den «grossen Städten», den «See-» und den «übrigen Gebieten», negativ.

Die Gaststätten meldeten bei den Getränken und der Küche vorwiegend konjunkturbedingt tiefere Absatzmengen. Die Umsatzzahlen lagen mit -3 Prozent erneut unter dem Vorjahresniveau. Die Rückschläge konzentrierten sich auf kleinere und mittlere Betriebe, grössere Unternehmen vermochten ein leichtes Plus zu erzielen.

Die Ertragslage hat sich weiter verschlechtert. Die Zahl der Beschäftigten wird von den Testteilnehmern vermehrt als überhöht beurteilt. Für das vierte Quartal befürchten die Gaststätten bei den Getränken und in der Küche einen verstärkter rückläufigen Absatz.

Im Bereich Beherbergung bewegte sich die Zahl der Ausländer-, vor allem jedoch jene der Inländerlogiernächte unter den Vorjahreswerten. Der Zimmerbelegungsgrad lag mit 67 Prozent 4 Prozentpunkte unter dem Vorjahr. Von diesem Rückgang waren hauptsächlich die unteren und mittleren Preiskategorien betroffen; die 5-Stern-Hotels verzeichneten sogar eine Erhöhung des Belegungsgrades. Die Umsätze stagnierten, die Ertragslage verschlechterte sich dabei deutlich.

Für das vierte Quartal liegen die Reservationsmeldungen deutlich tiefer als im Vorjahr. Sowohl bei den In- wie bei den Ausländern wird mit einer verstärkter sinkenden Zahl von Logiernächten gerechnet. *mt*

## Universität Freiburg

## Management in Nonprofit-Organisationen

An der Universität Freiburg i. Ü. haben Dr. Mario Barblan, Hannes Imboden und Heinz Probst Studium und Abschlussprüfung des Postgraduate-Lehrgangs für Verbands- und Nonprofit-Management mit Erfolg bestanden. Alle drei sind in Führungspositionen in Tourismus und Hotellerie.

Bei dem von der Forschungsstelle für Verbands- und Genossenschafts-Management der Universität Freiburg durchgeführten Nachdiplomstudium handelt es sich um den einzigen Universitätslehrgang in Europa, der für Führungskräfte aus dem NPO-Bereich mit Praxiserfahrung in einem berufs begleitenden Kursus umfassend das betriebswirtschaftliche Spezialwissen von Verbänden vermittelt und erarbeitet. Im

Vordergrund stehen Fragen der Führung, Organisation und von Prozessen in NPO-Management-Systemen sowie der Vertiefung von Problemfeldern aus Marketing-, Finanz- und Rechnungswesen. Wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen werden sinnvoll miteinander verwoben, um durch Generalisierungen zu konkreten, allgemein anwendbaren Gestaltungsansätzen und Problemlösungsmöglichkeiten zu gelangen. Kursteilnehmer sind Direktoren, Geschäftsführer und Kadermitglieder vorwiegend von Wirtschaftsverbänden sowie Organisationen aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmerkreisen oder Sport, Freizeit, Kultur und karitativen Hilfswerken. Am soeben beendeten fünften Postgraduate-Lehrgang haben 32 Personen aus Deutschland, Österreich, Italien und der Schweiz teilgenommen.

Unter den erfolgreichen Schweizer Absolventen finden wir aus Tourismus und Hotellerie die Namen von Dr. Mario Barblan, Hannes Imboden und Heinz Probst. Dr. iur. HSG Mario Barblan, hauptberuflich geschäftsführender Direktor des Bündner Gewerbeverbandes, ist VR-Ausschussmitglied der MTS Mittelschule und Tourismusfachschule Samedan und als solcher Präsident der Fachkommission für die Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden und des in Gründung stehenden Institutes für Tourismus- und NPO-Management an der MTS Samedan. Hannes Imboden, diplomierter Hotelier VDH, ist Geschäftsführer von Best Western Hotels Europa und Mitglied von Fachkommissionen des Schweizer Hotelier-Vereins; Heinz Probst, Verbandsökonom, ist Verbandsdirektor und Leiter Hauptstiz des Schweizer Hotelier-Vereins. *FST/pd*



Dr. Mario Barblan, Direktor Bündner Gewerbeverband



Hannes Imboden, Geschäftsführer Best Western Hotels Europa



Heinz Probst, Direktor Schweizer Hotelier-Verein

## Conseil de fondation EHL

## L'EHL 2000 dans le concept européen

Importante séance du Conseil de fondation de l'Ecole hôtelière de Lausanne la semaine passée, avec la présentation du projet définitif «EHL 2000» qui deviendra, dans le cadre de la future Loi suisse sur la formation professionnelle et le concept d'enseignement européen, une «haute école spécialisée» de niveau universitaire. Une belle façon de marquer, en 1993, son centenaire.

JOSÉ SEYDOUX

Cette séance, tenue en présence des instances dirigeantes de la SSH, a permis, dans un premier temps, de prendre la température de l'institution du Chalet-à-Gobet... sous les premiers flocons. Après un semestre d'été qualifié de «très satisfaisant» (530 étudiants, 84,2% d'échecs), le semestre d'hiver 1992/93 réunit actuellement 547 étudiants de 65 nations. Le budget 1993, qui frise les 16 millions de francs, a été adopté par le Conseil après des éclaircissements sur l'augmentation des honoraires et des salaires.

## De grands changements

Présenté par Christian Seiler, président du Conseil de fondation, et Jean-Louis Aeschlimann, directeur de l'EHL, le projet EHL 2000 est désormais conçu pour répondre aux exigences de l'OFIATM en ce qui concerne, en particulier, la future maturité professionnelle et le concept des «hautes écoles spécialisées» prévu par la future Loi sur la formation professionnelle.

Soumis ces jours à Berne aux instances compétentes, il fait véritablement figure de projet-pilote, tout en s'intégrant dans la politique de coordination des écoles de la SSH, comme l'a rappelé Alberto Amstutz, président central, soucieux de «maintenir l'autonomie des écoles pour assurer la qualité de chacune d'entre elles et de renforcer la position de l'EHL en tant que leader des écoles hôtelières suisses».

A travers sa reconnaissance fédérale, le diplôme de l'EHL sera reconnu dans tous les pays de l'EEE... pour autant que la Suisse en accepte le traité le 6 décembre prochain. Dans ses grandes lignes, le concept EHL 2000 prévoit l'attribution d'un diplôme unique, un «package» de quatre ans (cinq semestres de cours et trois semestres de stages dont deux en Suisse), l'introduction progressive des

branches de gestion dès le début des études et la concentration des branches pratiques dans les premiers semestres, un cours de direction d'entreprise avec spécialisations et options en dernière année.

Au cours de la première partie des études, les cours seront donnés en français (avec le choix de certaines branches en anglais); au cours de la seconde partie, deux cours seront dispensés en parallèle, l'un en français et l'autre intégralement en anglais; les passages d'une école à l'autre seront ainsi facilités.

Sur ce cycle de quatre ans, les huit semestres se répartissent comme suit: 1er semestre: connaissances de base en matière de restauration. 2e semestre: stage de restauration (cuisine et/ou service). 3e semestre: connaissances de base en matière d'hébergement. 4e semestre: stage en hébergement ou restauration. 5e semestre: gestion des différents secteurs d'un hôtel/restauration. 6e semestre: stage en entreprise (premiers pas dans la conduite des hommes et premières responsabilités). 7e semestre: direction d'entreprises, cours et séminaires en fonction des intérêts personnels de l'étudiant. 8e semestre: synthèse finale, études de cas,

travaux pratiques interdisciplinaires, etc.

## Espace accueil

L'Ecole hôtelière de Lausanne sera ainsi plus séduisante que jamais pour recevoir ses étudiants, amis et partenaires pour son centenaire en 1993. Le programme commémoratif, selon l'un de ses responsables, I. van Faléitich, comprendra 23 manifestations «pédagogiques, culturelles et festives», conçues par 15 comités de travail (cf. liste des manifestations ci-contre) et visant à un certain impact médiatique. Une année de fête, d'accueil et d'espoir. □

## Programme du centenaire

(quelques extraits du calendrier définitif)

## Janvier

Sortie du livre «L'art et la manière», par Ph. Gindraux, aux Editions Payot, ainsi qu'une nouvelle vidéo sur l'école et d'un nouveau prospectus.

## Février

10-13: participation de l'EHL au Salon européen de l'étudiant, à Bruxelles

## Mars

9 ou 10: journée internationale de la presse, en collaboration avec Swissair, l'ONST, et l'OTV  
19: journée officielle du centenaire  
15/16: journées «Vins et cuisine de Californie»

## Mai

11/12: colloque de l'emploi  
13/14: workshop EHL-Nestlé sur l'enseignement du F&B  
15: journée «portes ouvertes»

## Juin

9-11: colloque du futur «Formation, Ecologie, Domotique»

## Septembre

25-1 octobre: congrès EUHOFA «Enseignement hôtelier et technologie informatique»

## Octobre

1: colloque «Informatique et hôtellerie»  
9: soirée de gala des anciens

## Novembre

16/17: colloque de l'emploi spécial centenaire

Toute l'année: «Espace Expo» - exposition des amis du musée de l'EHL - Etude EPFL «Le comportement des clients au restaurant» - Repas et visite de l'EHL par les sections de la SSH.

## CARROUSEL

Martinair Holland Central Europe Headquarters in Kelsterbach bei Frankfurt hat einen neuen Passage-Verkaufsleiter für Deutschland, Schweiz und Österreich: **Moritz Schmid-Burgk**. Er ist direkt **John E. McDonagh**, Vice President Sales and Marketing for Passenger and Cargo Central Europe, unterstellt. Moritz Schmid-Burgk hat bereits seit vielen Jahren Erfahrung im Passagebereich gesammelt, zuletzt bei Cathay Pacific. Ihm unterstellt ist die Passage-Reservierungsabteilung, die Ende Februar 1992 von Düsseldorf nach Kelsterbach, Fasanenweg 7 A, verlegt wurde. Das bisherige Reservierungsbüro in Düsseldorf bleibt als reine Verkaufsrepräsentanz bestehen, geführt von **Mirance van Broeke**.

Stammgästen des Hotels Wellenberg ist die Initiative **Ruth H. Walsler** längst bekannt, denn seit der Eröffnung des Betriebes an der Niederdorfstrasse 10 in Zürich fungierte sie als PR- und Sales-Managerin. Nun hat sie als Direktorin die Geschicke des Hauses selbst in die Hand genommen. Wer die mit dem Gastgewerbe bestens vertraute **Ruth H. Walsler** kennt, kann sicher sein, dass sie ihre Zielsetzungen sehr schnell in die Realität umsetzen wird: nämlich das Hotel Wellenberg für Geschäftsreisende und für Touristen aus aller Welt zu einer Oase der Erholung, zu einem beliebten Treffpunkt im Herzen der Limmatstadt zu machen.



Neu zeichnet **Marco Nuzzo** (Bild) für die Commercial-Abteilung am Hotelplan-Hauptplatz verantwortlich. Seine Vorgängerin, **Katharina Schlögl**, erfüllte sich den Wunsch vom kleineren Team, und wechselte in die Commercial-Abteilung der Grossfiliale an der Löwenstrasse.

Marco Nuzzo arbeitet schon runde 10 Jahre bei Hotelplan, wo er bereits seine kaufmännische Lehre absolvierte. Mit wenigen Absteuern in andere Abteilungen blieb er dem Commercial fast ständig treu. Interessante Zwischenstation: 1991 betätigte sich der Computer-Kenner als Traviswiss-Testphasen-Koordinator. Marco Nuzzo ist dem Leiter Geschäftsreisen Schweiz, **Silvan Bundi**, unterstellt.



Im Frühjahr 1993 wird **Raeto Steiger**, Hotelier im Steigenberger Belvédère in Davos, nach elf Jahren das Hotel und damit auch die Steigenberger Hotels AG im gegenseitig guten Einvernehmen verlassen. Steiger will sich beruflich neu orientieren. Nachfolger wird **Reto Schmid** (51), zurzeit Leiter der Steigenberger Gastronomie in der Frankfurter Hauptverwaltung der Gesellschaft. Geboren in Chur und aufgewachsen in Graubünden, freut sich **Reto Schmid** darauf, wieder in seiner Heimat tätig zu sein.



Seit Anfang November arbeitet **Elisabeth Villiger** (Bild) als Geschäftsführerin bei Anikas Reisen in Luzern. Sie wird die Besitzer **Anika** und **Stefan Evangelatos** entlasten und unterstützen. Während elf Jahren hat sie als Orts- und Rundreisleiterin Erfahrung auf der ganzen Welt gesammelt, davon zwei Sommer in Griechenland und sechs Sommer auf Zypern, was ihr beim Programm von Anikas Reisen sehr behilflich sein wird. Frau Villiger bringt ebenfalls Erfahrung aus dem Hotelfach mit.



Seit Oktober ist **Madeleine Stadelmann** als Product Manager bei Manta Reisen AG tätig und hat seit her auch bereits einige interessante Destinationen unter die Lupe genommen. Das neue Manta-Tauchreiseprogramm lässt nicht mehr lange auf sich warten. Sie hat unter anderem als Sportthots/Reiseleiterin für den Club Inter-sport gearbeitet und während den letzten vier Jahren die Filiale von Jelmoli Reisen in Winterthur geführt.

Der erste Touristikler, der vom amerikanischen Präsidenten persönlich den «Malcolm Baldrige National Quality Award for Excellence in Quality Management» empfangen wird, heisst **Horst Schulze**. Der deutschstämmige Präsident und Chief Operating Officer der Ritz-Carlton-Hotelkette war im letzten Jahr bereits zum «Corporate Hotelier of the Year» erkoren worden.



**Phyllis So Funn Kessler** (links) und **Beatrice Büttiker** (rechts) sind neu Sales-Executives der Emirate. Die Fluggesellschaft der Vereinigten Arabischen Emirate fliegt seit August nach Zürich und hat in der Limmatstadt ein Büro unter der Leitung von **Jürg Kägi** eröffnet.

Frau **Kessler**, 36, ist neuseeländisch/schweizerische Doppelbürgerin und war ab 1986 Verkaufsagentin der Ansett New Zealand/Ansett Australian Airlines in Neuseeland und arbeitete dort ab 1988 in der Reisebranche.

1990 kam sie in die Schweiz und war dann im Verkauf zuerst bei Avanti Travel Hinwil und bei Sudamerica Tours in Kilchberg tätig. **Beatrice Büttiker**, 26, absolvierte ihre Lehre bei Fritsche Reisen AG in Oerlikon. Nach Sprachaufenthalten in den USA und England sammelte sie praktische Erfahrung bei einer Seefracht-Firma als Disponentin sowie im Verkauf und Marketing unter anderem bei Populairis und USAir.

**Michael Bonin** ist Geschäftsführer von Salina Tours, einem neuen auf Brasilien spezialisierten Reiseveranstalter in Zürich. Salina Tours ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen des Flugbrokers Travel Factory. Der Geschäftsführer wird als **Brasilien-Experte** bezeichnet, seine Mitarbeiter seien Brasilianer oder hätten zumindest mehrere Jahre in Brasilien gelebt.

**Alex de Waal** ist ab Januar 1993 der neue Manager Europe der Queensland Tourist & Travel Corporation (QTTC) mit Sitz in München. Sein Vorgänger, **Mark Broekman**, der die Vertretung in der bayerischen Hauptstadt zwei Jahre geleitet hat, kehrt nach Brisbane zurück, um am QTTC-Hauptplatz eine neue Aufgabe in der internationalen Produktentwicklung Queenslands zu übernehmen. **Alex de Waal** ist seit Januar 1992 beim Australien-Veranstalter Australian Tourconsult in München als Marketing Manager tätig und nahm früher bei Viva in Sydney die Position des Product Manager ein.

Wie die «Neue Zürcher Zeitung (NZZ)» in der Wochenendausgabe berichtet, sind bei Mövenpick Projects AG aufgrund von Differenzen personelle Änderungen erfolgt. Der erst seit August amtierende Direktor, **Martin F. Keel**, und die Konzernleitung haben beschlossen, den Vertrag mit sofortiger Wirkung im gegenseitigen Einvernehmen aufzulösen. Interimistisch werden die Geschäfte durch die bisherigen Abteilungsleiter betreut.

## Swissair/Lufthansa

### Der Ehepartner zahlt die Hälfte

Seit dem 10. November gelten bei der Swissair neue Regelungen für den Ehepaar-Tarif. Neu gilt dieser Tarif auch in der Business- wie in der First Class und kann auf dem gesamten Streckennetz der Swissair angewendet werden. Wenn ein Ehepartner zum vollen Tarif gebucht hat, kostet das Ticket für die begleitende Gattin oder den Gatten 50 Prozent des gleichen Tarifes. Dem Passagier, der Mitglied des Vielfliegerprogramms Qualiflyer ist, werden beim Ehepaar-Tarif die Meilen anderthalb Mal gutgeschrieben. Eine Broschüre über diesen Tarif kann per Fax, Nummer (01) 812 90 65 mit dem Vermerk «FAMPV/Ehepaartarif» angefordert werden.

Bereits seit Oktober offeriert die Lufthansa die 50-Prozent-Ehegattenermässigung auf First- und Business Class-Tarife für alle Interkontinentalziele ab allen deutschen Flughäfen. *pd/r*

## SRS

### Jetzt mit 300 Hotels

Bis zum Jahresende will der Steigenberger Reservation Service die Zahl von 300 Mitgliedshotels überschreiten. Allein 1992 kamen rund 60 neue Häuser hinzu. Insgesamt können somit über 70 000 Zimmer über SRS gebucht werden.

In einer soeben herausgegebenen Pressenotiz macht das Unternehmen noch einmal auf seine Neupositionierung aufmerksam, die nun auch Häuser anderer als nur der Erstklass- und Luxus-kategorie umfasst. So finden sich heute neben Hotels mit der Bezeichnung «Partner of Steigenberger» und «Partner of Advance» auch Häuser der preislichen Mittelklasse unter den Namen «Partner of Maxxo» und «Partner of Inter-City». Langfristig möchte SRS in den wichtigsten Geschäftszentren und Erholungsgebieten mit jeweils zwei bis drei Qualitätsmarken vertreten sein. *SE*

## Grands confiseurs

### Sur les traces des ...chefs

C'est parfois naturel et spontané; c'est parfois plus structuré et organisé, mais le résultat est là: la plupart des grands chefs de cuisine bénéficient aujourd'hui d'une image de marque très développée, faisant d'eux de véritables vedettes. Les grands confiseurs, eux, n'en sont pas encore là. Mais cela pourrait changer et cela change déjà...

Le récent concours de la Truffe d'Or, organisé dans le cadre de Gastronomie, a été un parfait révélateur de la volonté des patrons-confiseurs-glaçiers de sortir du trou: non pas tellement par goût du vedettariat mais bien par souci d'être reconnus à part entière et de se voir aussi ouvrir certaines portes, qu'elles soient médiatiques ou économiques. Qu'on songe seulement aux relations avec certaines grandes marques pour des contrats de sponsoring.

A la base de cette option, on trouve un

constat: le fait que la profession exige autant d'engagement personnel et de créativité que le métier de cuisinier. De plus, le dessert constitue l'un des maillons de la chaîne d'une réussite gastronomique quand il ne vient pas véritablement couronner un édifice gourmand. Il suffit d'ailleurs de songer à l'extraordinaire succès public qu'a connu le stand de la Truffe d'Or à Gastronomie pour mesurer toute l'importance que le public attache à la confection des produits du confiseur.

Soutenue par des professionnels de grand talent, répartis notamment autour de l'arc lémanique et des Alpes vaudoises, cette démarche des confiseurs est plutôt bien ressentie en Suisse romande. Le grand salon lausannois a sans aucun doute contribué à faire un pas de plus dans la direction recherchée tandis que des contacts plus étroits - voire très amicaux - ont pu être développés entre les sept grands chefs présents et leurs voisins de la Truffe d'Or. *JCK*

## Guggitaler-Weltmeisterschaft in Thailand



### Zweite Guggitaler-Weltmeisterschaft 1992

Vom 16.-20. Oktober 1992 fand in Thailand die zweite Guggitaler-Weltmeisterschaft mit 25 Teilnehmern aus Australien, England, Hongkong, Malaysia, Thailand, USA und der Schweiz statt. Weltmeister wurde **Peter Diethelm**, Direktor Kuoni England, welcher den Pokal vom ersten Weltmeister **Oskar Gmünder** (Sieger 1988 auf dem Rigi) übernehmen durfte. Die Schweizer

Guggitaler waren vollständig vertreten durch **Kurt Amrein** (Qantas), **Detlev K. E. Bandi** (Cosulich), **Martin Bender** (Hotelplan), **Edi Böhlen** (Kuoni), **Hans-Peter Dürr** (Hotel International Zürich), **Markus Flühmann** (hotel + touristik revue/Direct-Fax/Direct-Mail), **Werner Zingg** (Air Sea Land).

Die nächste Guggitaler-Weltmeisterschaft findet 1996 in Kalifornien statt. *pd*

## USA

### Aus Pässen Geld pressen

Wie in der Schweiz wird auch in den USA geklagt. Auch dort jammert man über mangelnde Finanzen für die Tourismusförderung. Dabei scheut man sich nicht, unkonventionelle Geldquellen zu diskutieren.

Als während der Golfkrise der Tourismusstrom nach den USA zu versiegen drohte, schlossen sich Tourismusanbieter verschiedenster Provenienz zusammen und gründeten die «Go USA Coalition». Man kratzte privates Geld zusammen und startete eine Verkaufsförderungsinitiative. Dabei spannte man sogar Präsident **George Bush** vor den Werbekarren und strahlte in England TV-Spots aus, in welchen der amerikanische Präsident höchstpersönlich die Werbetrommel rührte. Diese Kampagne in Höhe von 1,6 Millionen Dollar und die parallel dazugeschaltete Printwerbung von einer Million Dollar brachten den Initiatoren ungeteiltes Lob.

So bezeichnete auch **Robert Hazard**, Chairman der Choice Hotels International, diese Koalition als «einen Schritt in die richtige Richtung».

Hazard scheute sich nicht, die Anzapfung neuer Geldquellen vorzuschlagen. So plädierte er für eine Erhöhung der Passgebühren von zehn Dollar. Daraus könnten nach seinen Berechnungen 35 Millionen Dollar eingenommen werden. Doch statt das Geld in die allgemeine Bundeskasse fliessen zu lassen, sollten mit diesen Mitteln Verkaufsförderungsaktionen für den Incoming-Tourismus finanziert werden. Und damit ein effizienter Mitteleinsatz gewährleistet sei, so Hazard weiter, sollten diese 35 Millionen Dollar nicht von der United States Travel & Tourism Administration - dem amerikanischen Pendant zur Schweizerischen Verkehrszentrale - verwaltet werden, sondern von bestehenden Tourismusprofis.

Die, die sich nicht wehren

Hazards Vorschlag zielt in eine alte bekannte Richtung: einer Zielgruppe das Mark und den Knochen saugen, die in Washington keine Interessensvertreter hat und sich somit nicht wehren kann. *CC*

## Gastronomia-Wettbewerb: Die Gewinner

### ... und Freitag, der 13., bringt doch Glück!

An der diesjährigen Gastronomia startete die hotel + touristik revue einen Wettbewerb. Mit Hilfe der Sonderausgabe zu unserem 100-Jahr-Jubiläum sollten Sie, liebe Leserinnen und Leser, ein Lösungswort herausfinden. Aus fünf zu findenden Buchstaben sollten Sie das Wort «Hotel» bilden. Der Wettbewerb erfreute sich eines regen Zuspruchs. Zu gewinnen waren vorwiegend von Hotelketten gestiftete Preise. Entgegen allen Pessimisten schlug am Freitag, dem 13. November, nicht rabenschwarzes Pech zu, denn 24 Gewinnern lachte das Glück.

Folgenden Wettbewerbsteilnehmern dürfen wir gratulieren: Den ersten Preis, er wurde vom Hotel Beau-Site, der Luftseilbahn und dem Freizeitzentrum von Saas Fee gestiftet, gewann **Alain Baroni**, Colombier. Er erhält eine Woche Ferien für zwei Personen in Saas Fee im Hotel Beau-Site, dazu zwei Skipässe für sämtliche Anlagen der Luftseilbahn Saas Fee. **Alain Baroni** und seine Begleitung werden weiter freien Eintritt haben ins Freizeitzentrum Bielen.

Den zweiten Preis bestimmte das Los für **Boby Steiner** aus Echantens VD. Er gewinnt eine Erlebniswoche nach Wahl für eine Person im Hotel Bernerhof in Gstaad, welches diesen Preis auch gestiftet hat. Auch für **Hans-Peter Flück** aus Berikon war Freitag, der 13., ein Glückstag: Er gewinnt den dritten Preis - eine Woche Ferien für eine Person im Inter-Europe-Hotel Sport in Klosters. Dieser Preis ist von der Inter-Europe-Hotel-Gruppe gestiftet worden.

Folgende Preise sind von cdm-Hotels gestiftet worden: ein Wochenende für zwei Personen in der Juniorensuite des Hotels Lausanne Palace gegen **Carolyne Barel** aus Thônex. Ein Wochenende im Hotel Les Hauts de

Crans in Crans-Montana verbringen wird **Sylvain Christen** aus Danges VD. **Lise Weidemann** aus Lausanne gewinnt ein Wochenende für zwei Personen im Hotel Royal Savoy in Lausanne. **Marthe Grandchamp** kann sich auf zwei Übernachtungen für zwei Personen im Hotel au Lac in Lausanne freuen.

Einen Preis für eine Übernachtung für zwei Personen hat das Hotel Sunstar in Lenzerheide gespendet; diesen Preis gewinnt **Richard Stamm** aus Utigen. Zwei weitere Preise sind von Seiler & Gauer Hotels gestiftet worden: Das Glück wies **Corinne Denzler** zwei Übernachtungen für zwei Personen zu in einem der Seiler & Gauer Hotels in Zermatt nach freier Wahl. **Diana Steinbrink** aus Bern gewinnt eine Übernachtung für zwei Personen im Hotel Schweizerhof in Bern.

Weitere vier Preise sind von Inter-Europe-Hotels gestiftet worden: **Anne-Marie Frachebouy** aus Lansanne kann sich auf zwei Übernachtungen für zwei Personen im Hotel Schaffnerath in Salzburg freuen. **Laurence Durand** aus Morges gewinnt zwei Übernachtungen für zwei Personen im Hotel Hahn in München. Freitag, der 13., war weiter ein Glückstag für **Urs Schlappfer** aus Ausserberg VS; er gewinnt zwei Übernachtungen für zwei Personen im Hotel Monopol in Hamburg. **Gisèle Cuenod** aus Lutry wird zwei Übernachtungen verbringen können im Hotel Exquisit in München.

Einen Essensgutschein im Wert von 50 Franken, gespendet von der Hotelgruppe Best Western, gewinnen schliesslich: **Fernandes Joao**, Lausanne; **Rosemary Zingg**, Bönigen; **Raymond Moret**, Ravoire; **Roland Groux**, Lausanne; **Michel Hentsch**, Lussy-sur-Morges; **Huguette Greguati**, Le Locle; **Gaby Zry-Sauthier**, Martigny; **Anabela Fernandes**, Lausanne; **Beatrice Bouchetoble**, Waiblingen (D) und **Richard Eversoy** aus Genf. Noch einmal herzliche Gratulation von seitens des Verlages und der Redaktion der hotel + touristik revue! *UM*



**WALDHOTEL NATIONAL**

M. Bernhardt, Direktor CH-7050 Arosa Tel. 081 3113 51 Telefax 081 3132 10 Telex 851 609

## DIREKTIONSASSISTENTEN

gibt es viele!!!

### WIR SUCHEN ABER EINE(N) GANZ BESTIMMTE(N),

den nach 5 1/2 Jahren verlässt uns der jetzige Stelleninhaber per 30. 4. 1993, um sich beruflich einer neuen Herausforderung zu stellen.

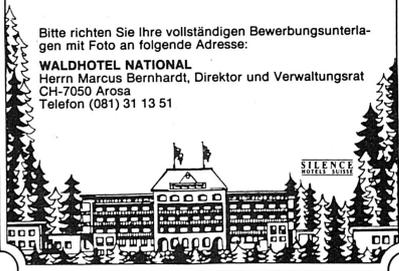
**Anforderungsprofil:** Hotelfachschule Luzern oder Lausanne  
Führungserfahrung, Durchsetzungsvermögen  
Planung und Organisation von Teamaktivitäten  
F&B-Kenntnisse, Controlling dynamischer, kompetenter Auftritt im Sales  
Kongress- und Seminarerfahrung (von Vorteil)  
ausgeprägtes Organisations- und Koordinationstalent  
Alter: nicht unter 25 Jahre  
gute Sprachkenntnisse in Französisch und Englisch

**Angebot des Hauses:** Jahresstelle mit entsprechendem Salär  
verantwortungsvolle Aufgabe mit viel Kompetenzen in einem der führenden Häuser Arosas  
Studio bzw. Wohnmöglichkeit (neu)  
Traue-/Erfolgsprämie  
zirka 8 Wochen Ferien im Jahr  
Weiterbildungskurs vom Haus offeriert

Alles weitere erfahren Sie bei einem persönlichen Vorstellungsgespräch in Arosa.

Bitte richten Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an folgende Adresse:

**WALDHOTEL NATIONAL**  
Herrn Marcus Bernhardt, Direktor und Verwaltungsrat  
CH-7050 Arosa  
Telefon (081) 31 13 51



## LE PAVILLON Cafeteria

Zum GLOBUS-Konzern gehörende Restaurantkette bietet, mit Eintritt nach Vereinbarung, erfahrenem (-r)

### Geschäftsführer(in)

mit Fähigkeitsausweis A

in unserem Café/Restaurant in **Zürich-Wollishofen:**

- einen ausbaufähigen Betrieb mit «Quartier-Charakter»
- eine sehr selbständige, aktive Tätigkeit
- viel Verantwortung im Bereich Personalführung, Verkauf und Administration
- ein motivierendes Arbeitsumfeld mit Unterstützung durch die Unternehmensleitung
- einen Arbeitsplatz an zentraler Lage
- die Möglichkeit zur individuellen Arbeitszeitgestaltung

Haben wir Ihr Interesse über «Ihren» zukünftigen Betrieb geweckt? Falls ja, so freuen sich Hanspeter Aebersold oder Beat Pfeiffer auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder eine erste telefonische Kontaktaufnahme.

GLOBUS GASTRONOMIE  
Eichstrasse 29, 8045 Zürich  
Telefon (01) 455 22 62

**GLOBUS GASTRONOMIE**

O 51413/252964



Da sich der jetzige Stelleninhaber verändern möchte, suchen wir nach Vereinbarung für unser Sporthotel Minster in Unterberg (Ganzjahresbetrieb) mit 41 Betten, Hallenbad, Restaurant, Seminar- und Banketträumlichkeiten nach Vereinbarung

### jüngeres Geschäftsführerpaar

mit Führungserfahrung, Ausdauer und unternehmerischem Denken.

Er steht der Küche vor und zeichnet sich durch Qualitäts- und Kostenbewusstsein aus.

Sie führt mit Geschick und Professionalität den Service-, Etagen- und Administrationsbereich und gewährleistet eine umfassende Gästebetreuung.

Wir bieten eine Direktionswohnung im Hause, klare Zielvorgaben, gute Arbeitsbedingungen mit einzigartigem Company-Benefits und unterstützen Sie effizient mit einer zentralen Verwaltung.

Gerne berücksichtigen wir auch jüngere Fachleute, welche den ersten Schritt zu einer Geschäftsführung wagen wollen.

Gerne nehmen wir Ihre Bewerbung mit Foto unter folgender Adresse entgegen:

I.C.H. International Cruise and Hotel Management SA  
Neue Jonastrasse 91  
Postfach 1476  
8640 Rapperswil  
Telefon (055) 27 56 17

51428/139688

CARRIERE'93

## ☆☆☆☆ Aarauerhof

HOTEL RESTAURANTS KONFERENZZENTRUM DANCING  
Bahnhofstrasse 68, CH-5000 Aarau, Tel. 064-24 55 27

Wir sind ein lebhaftes und gepflegtes 4-Stern-Stadthotel mit 98 Betten, zwei Restaurants, Terrasse, Bankett- und Seminarbetrieb und suchen ab Mitte Dezember oder nach Vereinbarung einen einsatzfreudigen und zuverlässigen

### Gastgeber(in)/ Chef de service

für unser Restaurant **Grand Café**. Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Kaderstelle in einem jungen Team, Umsatzbeteiligung und sehr selbständiges Arbeiten.

Wir erwarten eine abgeschlossene Servicelehre, 2 bis 3 Jahre Berufserfahrung, Führungspersönlichkeit und Freude an Neuem.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann rufen Sie uns an, oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen. Frau C. Rüttimann, unsere Mitarbeiterbetreuerin, ist gerne jederzeit für Sie da (Telefon 064/24 55 27).

BEST WESTERN



SWISS HOTELS

51392/19

### Restaurant Paprika-Lotos Bern

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung

#### Sous-chef Koch Jungkoch

Wir bieten Ihnen fortschrittliche Arbeitsbedingungen, angenehmes Arbeitsklima und leistungsgerechten Lohn. Ausländer nur mit B- oder C-Ausweis und sehr guten Deutschkenntnissen.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!  
S. Zehnder  
Telefon (031) 24 50 88

51388/178667

Hotel in Basel sucht auf Anfang Januar 1993

#### Top-Mitarbeiter

mit Führungsstil und guten Umgangsformen für Bankett-Restaurant und Barbetrieb.

Gelernter Koch von Vorteil.

Offerten unter Chiffre 51345 an hotel revue, 3001 Bern.

51345/46205

## hotel bären

wilderswil  
INTERLAKEN

Sehr vielseitiger Hotel- und Restaurationsbetrieb im Berner Oberland (Nähe Interlaken) sucht in Jahresstelle

### Küchenchef

- Vorausgesetzt wird kreatives, umweltbewusstes und absolut selbständiges Mitarbeiten;
- Erfahrung im Küchenmanagement und in der Personalführung;
- Freude auch am Kontakt zu den Gästen.

Sind Sie interessiert?

Schicken Sie uns Ihre vollständige Bewerbung an

Fritz Zurschmiede  
Hotel Bären  
3812 Wilderswil-Interlaken

51429/38024

# Anzeigenschluss: Freitag, 17.00 Uhr

#### INHALT

	Seite
Stellenmarkt	1-10
Internationaler Stellenmarkt	11
Stellengesuche	12

#### SOMMAIRE

	Page
Marché de l'emploi	10+11
Marché international de l'emploi	11
Demande de l'emploi	12

# HOTEL *job* SHV

PERSONALBERATUNG

## AUSZUG AUS UNSEREM STELLENANGEBOT

Wir suchen für einen Ganzjahresbetrieb in Ascona nach Übereinkunft

### PÄCHTER/PÄCHTEREHEPAAR

#### Betriebliches:

- 6 2½-Zimmer-Wohnungen
- Café-Bar, 50 Innenplätze, 60 Aussenplätze.

Das Lokal ist neu und gemütlich-elegant eingerichtet. Es wäre auch äusserst geeignet, wenn man es als Bäckerei-Konditorei betreiben würde, da ein Ladenlokal miteinbezogen werden kann.

Der Pachtzins ist vernünftig. Bedingung ist jedoch, dass das Gross- und Kleininventar sowie das Ferienwohnungsinventar übernommen wird.

#### Gewünscht wird:

- Initiative und dynamische Persönlichkeit
- Erfahrung im Gastgewerbe
- Wirtepatent

Haben Sie ein Flair für die Ausbildung, sind qualitätsorientiert, engagiert in Ihrer Arbeit und verfügen über Kochtalent sowie Erfahrung in der Gestaltung von Buffets? Dann sind Sie der

### KÜCHENCHEF

welchen wir für ein Hotel in Zürich suchen. Eintritt Februar 1993. 5 Mitarbeiter.

Für einen \*\*\*-Betrieb im Kanton St. Gallen suchen wir nach Übereinkunft

### DIREKTIONSSEKRETÄR(IN)

Aufgabenbereich: Personalwesen, Administration, Buchhaltung und Réception.  
Anforderungen: Kaufmännische Ausbildung und Erfahrung in der Hotellerie. Mindestalter: 28 Jahre. Jahresstelle.

Für ein \*\*\*\*-Hotel in Luzern suchen wir per März 1993 eine

### SEKRETÄRIN/2. CHEF DE RÉCEPTION

mit Führungserfahrung in ähnlicher Position. Sprachkenntnisse D/F/E in Wort und Schrift. Jahresstelle.

Für ein italienisches Restaurant in Zürich mit anspruchsvoller Küche suchen wir per Januar 1993 einen

### COMMIS DE CUISINE

mit abgeschlossener Kochlehre. Es ist keine Saisonbewilligung möglich.

Hotel im Kanton Thurgau hat noch folgende freie Stelle:

### BARMAID

Eine Serviceangestellte ohne Barerfahrung kann angeleitet werden. Eintritt nach Vereinbarung.

HOTEL JOB SHV Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 507 333

 Schweizer Hotelier-Verein

51424/84735

Restaurant-Café  
**Gartenhof**

Für unseren lebhaften Betrieb suchen wir nach Vereinbarung

**Küchenchef/  
Koch** m/w

Als selbstverständlich gilt bei uns: 5 Tage pro Woche, 4 Wochen Ferien, voller 13. Monatslohn (So/Mo frei).

Ausländerbewilligung vorhanden.  
Auf Ihren Anruf freut sich Kurt Theiler.

M 51358/337307

**8805 Richterswil am Zürichsee**  
Tel. 01/784 98 07

  
**Gasthof Kreuz**  
Egerkingen

... weiterhin auf Erfolgskurs dank motivierter und engagierter Crew. Wir brauchen Verstärkung!

Als **CHEF DE PARTIE** und nach entsprechender Einführung als **SOUS-CHEF** unterstützen Sie Louis Bischofberger aktiv bei der gesamten Küchenorganisation und Führung der 8köpfigen Küchenbrigade. Eintritt nach Vereinbarung.

Komplimente für Ihre charmante und kompetente Bedienung, für das feine Essen, den guten Wein und für die gemütliche Atmosphäre des Hauses erhalten Sie bei uns als tüchtige(r)

**SERVICEFACHANGESTELLTE/KELLNER**  
tagtäglich. Möchten Sie das noch länger missen?  
Eintritt baldmöglichst.

Auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf freuen sich Louis und Irmgard Bischofberger  
**GASTHOF KREUZ**, Oltnenstrasse 71,  
4622 Egerkingen  
Telefon (062) 61 43 53  
(Sonntag und Montag geschlossen)

51283/286087

ZÜRICH  
KLOTEN AIRPORT

**HILTON**

### Möchten Sie Ihre Karriere mit HILTON INTERNATIONAL fortsetzen?

Unser \*\*\*\*\*-Hotel mit 16 verschiedenen Bankett-/Meeting-Räumen mit integriertem Meeting-2000-Konzept sucht nach Vereinbarung den

### Serviceleiter Bankett

Wir stellen uns einen versierten und berufterfahrenen Fachmann vor, dem Kommunikation und Teamgeist ebenso ein Anliegen ist wie die perfekte Organisation und Durchführung unserer abwechslungsreichen Anlässe.

Wenn Sie an dieser anspruchsvollen Position interessiert sind, schicken Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:  
**ZÜRICH KLOTEN AIRPORT HILTON**  
Personalbüro  
Postfach, 8058 Zürich-Flughafen  
Telefon direkt (01) 810 31 63

**THE HILTON · THE HOTEL**

51360/40428

**Parkhotel**  
**Beau-Site \*\*\*\*\***  
**3920 Zermatt**

Wir suchen für unser modernes Erstklasshotel noch folgende Mitarbeiter für die Wintersaison

### Bartochter oder Barman

(D, F, E)

Offerten sind zu richten an die Direktion des Parkhotels Beau-Site, 3920 Zermatt, Telefon (028) 67 12 71.

51259/38814

  
**La Fleur**  
RESTAURANT ROSENGARTEN  
8910 AFFOLTERN A.A.  
Leo und Pia Hagenbuch, Tel. 01-761 62 82

In unsere anspruchsvolle Küche mit Cuisine du marché suchen wir zur Ergänzung unserer kleinen Brigade einen

### Koch/Chef de partie

per sofort oder nach Übereinkunft.

Fühlen Sie sich angesprochen, dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbung.

L. und P. Hagenbuch  
Telefon (01) 761 62 82

51218/209767

## Touring Hotel

RESTAURANT TOURINGSTÜBLI CH - 7050 AROSA  
MATHIAS UND URSULA BLUMER  
TELEFON 081 - 31 31 21 22 FAX 081/31 24 86



**Arosa**  
1800 Meter Hochgenuss

### Arbeiten, wo andere Ferien machen!!

Wir suchen für die Wintersaison 92/93

**Serviertochter**  
(Muttersprache Deutsch)

Auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen freuen sich: M. und U. Blumer

51237/01660

*Top of Solothurn*

**WEISSENSTEIN HOTEL**

Kurhaus 1287 m ü. M.  
Telefon (065) 22 02 64 Telefax (065) 22 47 95

Wir sind ein neu renoviertes 100-Betten-Hotel, Ausflugsziel, Seminar- und Konferenzhaus auf der ersten Jurakette, 10 Minuten von Solothurn entfernt.

Für eine humorvolle, flexible und belastbare Frau bieten wir die interessante Aufgabe einer

### Aide du patron

Ihr Verantwortungsbereich umfasst folgende Tätigkeiten:

- Stellvertretung des Geschäftsführers
- Seminar- und Bankettwesen
- Réception und allgemeine Sekretariatsarbeiten

In unsere neue, modern eingerichtete Küche suchen wir einen einsatzfreudigen

### Sous-chef

der die Herausforderung sucht und bereit ist, Aussergewöhnliches zu leisten.

Ein aufgestelltes Team, in einem lebhaften Betrieb an schönster Lage, freut sich auf Ihre Mitarbeit.

Interessiert? Dann rufen Sie uns an oder senden Ihre Bewerbungsunterlagen an Thomas Poschung, Geschäftsführer, Hotel Kurhaus Weissenstein, 4515 Oberdorf.

51373/37567

# Express-Stellenvermittlung Telefon (031) 50 72 79

## Stellengesuche

Fax (031) 507 334

Die Express-Stellenvermittlung ist eine Dienstleistung des Schweizer Hotelier-Vereins. Interessierte Hoteliers und Restaurateure erhalten gegen eine Abonnementgebühr beliebig viele Bewerbungstalons von Stellensuchenden, die bei unserer Aktion «Gratis-Kleininserat für Stellensuchende im Gastgewerbe» mitmachen. Profitieren Sie als Abonnent von diesem unkomplizierten und kostengünstigen Vermittlungs-Service!

1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Küche/Cuisine</b>							
1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959
1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967
1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975
<b>Service/Service</b>							
2928	2929	2930	2931	2932	2933	2934	2935
2936	2937	2938	2939	2940	2941	2942	2943
2944	2945	2946	2947	2948	2949	2950	2951
2952	2953	2954	2955	2956	2957	2958	2959
2960	2961	2962	2963	2964	2965	2966	2967
2968	2969	2970	2971	2972	2973	2974	2975

2940	2941	2942	2943	2944	2945	2946	2947	2948	2949	2950	2951	2952	2953	2954	2955	2956	2957	2958	2959	2960	2961	2962	2963	2964	2965	2966	2967	2968	2969	2970	2971	2972	2973	2974	2975
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

3649	3650	3651	3652	3653	3654	3655	3656	3657	3658	3659	3660	3661	3662	3663	3664	3665	3666	3667	3668	3669	3670	3671	3672	3673	3674	3675	3676	3677	3678	3679	3680	3681	3682	3683	3684	3685	3686	3687	3688	3689	3690	3691	3692	3693	3694	3695	3696	3697	3698	3699	3700
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

## Gratis-Kleininserat für Stellensuchende im Gastgewerbe

Wenn Sie den Bewerbungstalon ausfüllen, erscheint Ihr Inserat gratis in der hotel+touristik revue unter der Rubrik «Stellengesuche». Gleichzeitig leiten wir Ihren Talon an interessierte Hoteliers und Restaurateure weiter. So erhalten Sie mehrere Stellenangebote von verschiedenen Betrieben. Bitte informieren Sie uns raschmöglichst, wenn Sie die gewünschte Stelle gefunden haben. Herzlichen Dank und viel Glück!

## Bewerbungstalon

(Bitte in Blockschrift ausfüllen)

Ich suche Stelle als: \_\_\_\_\_ Eintritsdatum: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_ Vorname: \_\_\_\_\_ Geboren: \_\_\_\_\_

Strasse: \_\_\_\_\_ PLZ/Ort: \_\_\_\_\_ Nationalität: \_\_\_\_\_

Telefon privat: \_\_\_\_\_ Telefon Geschäft: \_\_\_\_\_ Art der Bewilligung: \_\_\_\_\_

Art des Betriebes: \_\_\_\_\_

Aushilfsstelle vom: \_\_\_\_\_ bis: \_\_\_\_\_

Bemerkungen: \_\_\_\_\_

Meine mündlichen Sprachkenntnisse beurteile ich als:

deutsch	gut	mittel	wenig	italienisch	gut	mittel	wenig
französisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	englisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Meine letzten 3 Arbeitgeber waren:

Betrieb	Ort	Funktion	Dauer (von bis)
1. _____	_____	_____	_____
2. _____	_____	_____	_____
3. _____	_____	_____	_____

Ich wünsche ein Gratis-Stelleninserat in der hotel revue  ja  nein Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

Senden Sie den in Blockschrift ausgefüllten Bewerbungstalon an: Schweizer Hotelier-Verein, Express-Stellenvermittlung, Postfach, 3001 Bern (wir benötigen keine Zeugniskopien)

**Schweizer Hotelier-Verein, Express-Stellenvermittlung, Postfach, 3001 Bern, Telefax (031) 507 334**

### Auf einem Hotelschiff

auf dem Rhein zwischen Basel und Amsterdam täglich in einem verantwortungsvollen Einsatz stehen? Wäre das nicht etwas für Sie als aufgestellte und selbständige junge Frau? Wir suchen für die Saison 1993 (von Januar bis November) eine tüchtige

### Gouvernante

die mit viel Engagement und Einfühlungsvermögen Ihre vielseitigen Aufgaben als rechte Hand der Zahmeisterin wahrnimmt. Gleichzeitig suchen wir von April bis Oktober eine sympathische und kontaktfreudige

### Reiseleiterin

mit guten Fremdsprachenkenntnissen, welche die Betreuung und Unterhaltung der Passagiere an Bord übernimmt. Dazu gehören auch das Organisieren und Begleiten von Landausflügen sowie die Streckenerklärungen. Wenn Sie mehr über diese nicht alltäglichen Stellen erfahren möchten, rufen Sie bitte Frau Béatrice Baumgartner an, oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Wir freuen uns schon auf Ihre Kontaktaufnahme!

**Triton Reisen AG**  
Margarethenstrasse 60, 4008 Basel  
Telefon (061) 271 94 30

P 51442/180203

### Anzeigenschluss: Freitag, 17.00 Uhr



### Arosa Hotel Obersee

Im weltbekannten Kurort Arosa, mit seinen unzähligen Sportmöglichkeiten, erleben unsere Mitarbeiter einen interessanten und abwechslungsreichen Winter. Für die kommende Wintersaison, Dezember bis April, suchen wir

### Jungkoch/Entremetier

Möchten Sie gerne mit einem kleinen, jungen Team zusammenarbeiten, so erwarten wir gerne Ihre Unterlagen.

**Hotel Obersee, 7050 Arosa**  
N. P. Schemmekes  
Telefon (081) 31 12 16

51403/1490

### Restaurant LE CENTRAL

1008 Prilly-LAUSANNE  
Route de Flumeaux 1

Auf 15. Dezember oder nach Übereinkunft suchen wir tüchtige(n)

### Jungkoch (-köchin)

im Alter von 19 bis 24 Jahren für Jahresstelle.

Weitere Auskunft beantworten Ihnen gerne L. Schechinger, Chef de cuisine diplômé, Telefon (021) 24 80 11.

51324/28185

---

### Thuri's BLUMENAU

In unserem kleinen Gourmet-Restaurant (16 P. Gault Millau) ist die Stelle als

### Servicefachangestellte(r)

(nur mit Bewilligung) neu zu besetzen. Ihre Bewerbung freut uns. Käthi und Thuri Maag, 9308 Lömmenschwil Telefon (071) 38 35 70 (Hauptstrasse St. Gallen-Romanshorn) Montag geschlossen 49877/307670

Per sofort oder nach Übereinkunft ist in unserem lebhaften Night-Club/Cabaret in Zürich die Stelle als

### Geschäftsführer(in)

neu zu besetzen.

Weiter suchen wir für unser neu zu eröffnendes Hotel am linken Zürichseeufer eine(n)

### Geschäftsführer(in)

Wir verlangen

- kreatives, dynamisches und selbständiges Denken
- Durchsetzungsvermögen
- Hotelfachschul-Abschluss
- Unternehmungsgeist und Organisationstalent
- Einsatzbereitschaft und Belastbarkeit
- Führungskraft

Wir bieten

- gute Aufstiegsmöglichkeiten
- zeitgemässes Salär

Bewerber(innen) mit der nötigen Ausbildung und Berufserfahrung melden sich bitte mit den üblichen Unterlagen unter Chiffre 51177 bei hotel revue, 3001 Bern.

51177/65404

BASEL  
HILTON

Möchten Sie bei uns Ihre berufliche Karriere als

## Night-Auditor

kombinierte Tätigkeit:  
– Night-Auditor  
– Nachtreceptionist

beginnen, mit späteren Möglichkeiten, sich weiterzuentwickeln als Night-Manager oder in unserer Buchhaltung?

Sie arbeiten selbständig und haben die Gelegenheit, Ihre IBM-36-Kenntnisse zu vertiefen.

Idealerweise zwischen 23 und 28 Jahren. Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung möglich.

Ideale Voraussetzung ist eine kaufmännische Lehre, Hotelfachschule oder gleichwertige Ausbildung. Gute mündliche Sprachkenntnisse in D, E, F erforderlich.

Ihre vollständige Bewerbung richten Sie bitte an:

Hotel Basel Hilton  
z. H. von Frau R. Spirig, Comptroller  
Aeschengraben 31, 4002 Basel  
Telefon (061) 271 66 22

**THE HILTON · THE HOTEL**

51350/3247



## ASCONA

Für die Sommersaison suchen wir zur Vervollständigung unseres Kaderstammes ab März 1993

### Chef(in) de réception Chef(in) de service Gouvernante

Sind Sie interessiert?

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Unterlagen.

Hotel Ascovilla  
Direktion R. Hauri  
Via Albarella/Via Lido  
6612 Ascona  
Telefon (093) 35 02 52

51254/175420



## Hotel zum Storchen



Für unser traditionelles Erstklasshotel im Herzen der Stadt Zürich suchen wir nach Übereinkunft einen zuverlässigen und sprachgewandten (D/E/F)

### Nachtconciierge/ Night-Auditor

(23.00 bis 7.30 Uhr)

Sie sind verantwortlich für die Sicherheit der Gäste im Haus, für die letzten Abschlussbuchungen sowie für den Tagesabschluss.

Für diese vielseitige Stelle benötigen Sie Verantwortungsbesusstsein, Hotelerfahrung und EDV-Kenntnisse (CH oder C-Bewilligung).

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung an unsere Personalchefin, Frau D. Müller. Für erste Auskünfte stehen wir Ihnen auch gerne telefonisch zur Verfügung.

51407/41483

Hotel zum Storchen  
Weinplatz 2, 8001 Zürich  
Tel. 01/211 55 10

zurichhotels

**TEA** BASEL

Die junge schweizerische Ferien-Fluggesellschaft sucht vom 1. April bis 30. Oktober 1993

### Flight Attendants

Sie sind eine Persönlichkeit mit abgeschlossener Berufsausbildung oder gleichwertiger Schulausbildung und verfügen zudem über eine gute Allgemeinbildung, Flexibilität und Teamfähigkeit. Die Internationalität dieser Aufgabe verlangt nicht nur die Bereitschaft zu unregelmässiger Arbeitszeit, Reisefähigkeit und Selbstständigkeit, sondern auch Gewandtheit im Auftreten und gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch und Englisch.

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung bis zum 5. Dezember 1992, die Sie bitte an folgende Adresse richten:  
**TEA BASEL AG**  
Postfach 238, 4030 Basel-Flughafen

51325/273252

### Hotel Restaurant Waldhaus Bettmeralp

Arbeiten Sie gerne in einem kleinen, erfolgreichen Team und haben Freude am Gastgewerbe?

Wir suchen ab 17. Dezember bis 17. April 1993

### Köchin oder Koch (Commis) Hilfskoch (-köchin)

(nur mit Kocherfahrung)

für anspruchsvolle Küche.

### Hausmädchen

(Küche und z. T. Zimmer)

### Servicefachangestellte (Praktikantin) für den Speisesaal

Wir bieten:  
– einen selbständigen Arbeitsbereich  
– einen guten Lohn und fortschrittliche Arbeitsbedingungen  
– und viel Freizeit, um den Wintersport zu geniessen

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf.  
Familie Bertschold-Steinmann  
Hotel Waldhaus, 3992 Bettmeralp  
Telefon (028) 27 27 17

51333/4812

## In Saas-Fee

lässt es sich gut leben und im Glacier gut arbeiten.

Sind Sie jung, einsatzfreudig und haben Spass an der Arbeit, dann passen Sie prima in unser aufgestelltes Team.

Ab Mitte Dezember 1992 brauchen wir

### Koch Serviceangestellte (CH)

Interessiert? Dann rufen Sie uns doch einfach an.

Daniel und Silvia Supersaxo  
Restaurant Glacier-Stube  
3906 Saas Fee, Tel. (028) 57 20 73.

51348/191248

### PARK HOTEL SAUVAGE MEIRINGEN

Nach 2 Jahren wird bei uns die Stelle einer

### Receptionist(in)

frei. Deshalb suchen wir in Jahres- oder Saisonstelle eine selbständige und teamfähige Persönlichkeit. Wir stellen uns eine frontorientierte, sprachgewandte Mitarbeiterin mit abgeschlossener Ausbildung als Hotelsekretärin oder KV-Lehre vor, die Freude hat am Umgang mit Gästen und sich in einem quirligen, gut laufenden Hotel wohlfühlt.

Sie werden in unserem erlebnisorientierten 150-Betten-Seminar- und Ferienhotel der Viersternkategorie von einem aussergewöhnlich einsatzfreudigen und sympathischen Team unterstützt.

Frau Musfeld (Direktion) und Frau Brand freuen sich auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf!

Parkhotel du Sauvage  
J. & B. Musfeld-Brugnoli  
3860 Meiringen  
Telefon (036) 72 41 41

51456/24163



CH-3860 Meiringen · Dr. J. & B. Musfeld-Brugnoli  
Telefon (036) 72 41 41  
Telefax 923 28 27 · (036) 71 43 00

**HOTEL SPINNE**  
Grindelwald

Führendes Viersternhotel im Berner Oberland mit 90 Betten,  
Restaurant Rötisserie 60 Plätze,  
Restaurant Mercato 120 Plätze,  
Chinese Restaurant 40 Plätze,  
Espresso Bar, Piano Bar, Night Club  
Spider, Acapulco Club

Demnächst wird die interessante Stelle unserer

### Generalgouvernante

frei.

Möchten Sie in einem lebhaften Betrieb mit drei Restaurants, zwei Personalhäusern und natürlich einem Viersternhotel hauswirtschaftlich tätig sein, gibt Ihnen Frau Angela Hallweger, jetzige Generalgouvernante, gerne Auskunft.

Bewerbung an:

Hotel Spinne  
Propr. R. Märkle  
Dir. L. H. Rentsch  
3818 Grindelwald  
Telefon (036) 53 23 41

BEST WESTERN SWISS HOTELS

51448/4770



Wir suchen

### ReceptionistIn

Berufserfahrung  
Sprachkenntnisse in D, F, E  
KV-Ausbildung o. Ähnliches  
erwarten wir, – dafür bieten wir  
modernste Anstellungsbedingungen,  
interessante Kundschaft und  
„aufgestellte“ Kollegen.

Ihre Bewerbungsunterlagen  
schicken Sie bitte an:

Hotel Kreuz  
Direktion  
Dorfstrasse 15  
CH-6072 Sachseln

P 5116/20104



Wir sind ein Kleinhotel (34 Betten) im autofreien Kurort Mürren (1650 m) mit vielen netten Gästen, die wir gerne verwöhnen. Damit uns dies auch weiterhin gelingt, suchen wir für die kommende Wintersaison, ab zirka 15. Dezember 1992, noch folgende aufgestellte Mitarbeiter:

### 1 Jungkoch (w/m)

neben Chef für A-la-carte- und Hotelverpflegung

### 1 Serviceangestellte (w)

für Speisesaal und Freizeitablösung Restaurant.

Auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung (Lebenslauf, Foto und letztes Arbeitszeugnis) freuen sich  
Heidi und Franz Fitz  
Telefon (036) 55 13 27

50964/26042

### Gstaad my love – Pernet Comestibles my Job

Sie sind jung, sprechen Französisch oder Englisch und sind kontaktfreudig.

Wir suchen für unser lebhaftes Comestibles-Geschäft mit internationaler Kundschaft

### Comestibles-Verkäufer

(Eintritt sofort möglich).

Gehören gute Branchenkenntnisse, Teamarbeit und Belastbarkeit zu Ihren Stärken, dann greifen Sie zum Telefon und verlangen Herrn Staub oder Fleischmann.



TEL. 030-41577 GSTAAD

51343/247596

## Hôtel du Théâtre ★★★ Zürich

Infolge Todesfalls des langjährigen Mitarbeiters suchen wir

### Réceptionssekretär(in)

Wenn Sie schon

- Erfahrung im Empfang (EDV mit PC/2 und FIDELIO)
- gute D/F/E-Sprachkenntnisse haben
- und selbständig sind

dann freuen wir uns, Sie kennenzulernen.

Eintritt baldmöglichst.

Ihre Bewerbungsunterlagen richten Sie bitte an  
HOTEL DU THÉÂTRE, Seilergraben 69, 8023 Zürich

51202/40177

Für den Weiterausbau unserer Gastronomiekundschaft suchen wir mehrere

### selbständigerwerbende Vertreter(innen)

auf Provisionsbasis (Agenturvertrag).  
Wir bieten leichtverkäufliche Mitnahmeprodukte (sehr gute Rendite für den Wirt) mit sehr guten Verdienstmöglichkeiten.  
Sie haben mehrjährige Verkaufserfahrung und bestehende Gastronomiekundschaft.

Ihre Unterlagen richten Sie bitte unter Chiffre 51431 an  
hotel revue, 3001 Bern.

51431/351741



## Lenzerheide-Valbella mitarbeiten - mitgestalten

Hotel 1. Klasse sucht zur Vervollständigung des Teams ab Dezember 1992:

Etagé:

### Gouvernante

interessanter Aufgabenbereich.

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an:  
Herrn E. Frauchiger, persönlich



### Hotel Valbella Inn

CH-7077 Valbella-Lenzerheide  
Telefon 081/34 36 36, Telefax 081/34 40 04, Telex 851 712  
Familie E. und R. Frauchiger

51112/35521

## Auf einem Hotelschiff

auf dem Rhein zwischen Basel und Amsterdam täglich in verantwortungsvollem Einsatz stehen? Ist das nicht die gesuchte Herausforderung für Sie, als sympathische und unabhängige Persönlichkeit mit vielseitiger Erfahrung im Gastgewerbe? Wir suchen für eines unserer eleganten und komfortablen Hotelschiffe ab Januar 1993 oder nach Vereinbarung eine teamorientierte

## Zahlmeisterin

In dieser Kaderfunktion sind Sie als eigentlicher Gastgeber verantwortlich für den gesamten Hotelbetrieb an Bord. Dabei kommen Ihnen Ihr ausgeprägtes Geschick in der Personalführung und Ihr Organisationstalent sehr zustatten, genauso wie Ihre Eigeninitiative, Ihre Durchsetzungskraft und Ihre guten Sprachkenntnisse (Deutsch, Französisch und Englisch).

Wenn Sie mehr über diese nicht alltägliche Aufgabe erfahren möchten, rufen Sie bitte Frau Béatrice Baumgartner an, oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto. Wir freuen uns schon auf Ihre Kontaktaufnahme und sichern Ihnen volle Diskretion zu.

Triton Reisen AG  
Margarethenstrasse 60, 4008 Basel  
Telefon (061) 271 94 30

P 51443/182023

## Turmhotel der Restaurationsbetriebe der Thermalquelle Zurzach AG

Wir suchen

### Servicefachangestellte

In unserem erstklassig eingerichteten Restaurant erwartet Sie eine internationale Kundschaft. Sie haben bereits Serviceerfahrung und wünschen sich eine neue Herausforderung? Dann sind Sie bei uns richtig. Aufstiegsmöglichkeiten werden geboten.

Wir erwarten:  
Einsatzwille, Teamgeist und Freude am Beruf.

Wir bieten:  
gründliche Einführung in Ihr neues Arbeitsgebiet und zeitgemässe Anstellungsbedingungen.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Sie erreichen uns unter folgender Telefonnummer: (056) 49 24 40.  
Unser Direktor, Herr M. Jordan-Kunz, erwartet Ihren Anruf.

Ausländer nur mit B- oder C-Bewilligung möglich.

P 51353/41807

Für unser neuzeitliches Hotel mit 38 Betten und gehobenem A-la-carte-Restaurant suchen wir zur Verstärkung unseres jungen Teams

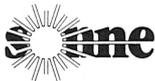
## Jungkoch/-köchin

ab 1. Dezember 1992 oder nach Vereinbarung.

Wir bieten angenehmes Arbeitsklima, gute Entlohnung, selbständige Tätigkeit, auf Wunsch steht Ihnen ein Zimmer zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

Melden Sie sich bei Frau Barbara Haudenschild, Telefon (031) 731 21 21.



Hotel Restaurant Sonne, 3150 Schwarzenburg  
Telefon (031) 731 21 21  
Fax (031) 731 16 51

51397/32638

## ★★★-Hotel in St. Gallen

Sind Sie fit für eine schöne, verantwortungsvolle, gelegentlich auch einmal etwas hektische Aufgabe?

Gesucht per 1. Januar 1993 oder nach Vereinbarung

### Küchenchef

in mittelgrosses Stadthotel mit vielseitigen Restaurationsbetrieben.

#### Anforderungen:

- erstklassige Qualifikationen
- den Willen, dem Gast eine überdurchschnittliche Küche zu bieten
- Flair für ideenreiche, attraktive Angebotsplanung
- absolute Sicherheit bei Rezepturen sowie Preiskalkulationen
- selbständige Erledigung von Einkauf und Lagerhaltung
- gute Führungsqualitäten
- Lehrlingsausbildung

Handgeschriebene Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen sind erbeten unter Chiffre 51342 an hotel revue, 3001 Bern.

51342/187143

## union

Schweizerischer Zentralverband der Hotel- und Restaurant-Angestellten

## helvetia

Société centrale suisse des employés d'hôtel et de restaurant  
Società centrale svizzera degli impiegati d'albergo e di ristorante

Für unsere wöchentlich erscheinende Zeitung suchen wir auf den 1. Februar 1993

### redaktionellen Mitarbeiter oder Mitarbeiterin

Ideal wären Bewerber(innen) mit einer weiterführenden gastgewerblichen Ausbildung. Dazu Begeisterung für die Sache der Arbeitnehmer und die Fähigkeit, sich in der deutschen Sprache schriftlich gekonnt und fehlerfrei auszudrücken. Ausserdem sind fotografische Kenntnisse und gutes Französisch notwendig. (Alter: 25 bis 35 Jahre.)

Wenn Sie das mitbringen, liegen Sie bei uns schon gut im Rennen.

Wir bieten zeitgemässe Anstellungsbedingungen, ein kleines und angenehmes Team und einen Arbeitsplatz an schönster Lage über dem Vierwaldstättersee.

Schicken Sie doch einfach als erste Textprobe Ihre Bewerbung mit Foto an:

Schweizerischer Zentralverband der Hotel- und Restaurant-Angestellten  
Herr Klaus Runkel, Personalchef  
Postfach 4870, 6002 Luzern  
Für weitere Auskünfte: Telefon (041) 59 22 22

51367/53740

## MOT HOTEL PILATUSBLICK

Für unseren lebhaften Ganzjahresbetrieb suchen wir einen

### Koch

Unser Betrieb liegt 4 km vom Hauptbahnhof Luzern entfernt an der Autobahn N 2 Basel-Chiasso.

Wir betreiben ein weitherum bekanntes italienisches Spieserestaurant mit grossem A-la-carte-Anteil und Pizzeria.

Unsere Küchenbrigade besteht aus neun Mitarbeitern.

Platzangebot: Restaurant: 26 Plätze  
Pilatusaal: 50 Plätze  
Trattoria: 28 Plätze  
Chrienser Stübli: 24 Plätze  
Terrasse: 110 Plätze

Eintritt: nach Vereinbarung.

Auf Ihren Anruf freuen wir uns und laden Sie gerne zu einem Vorstellungsgespräch ein. Telefonnummer (041) 41 35 46. Bitte Herrn Grub verlangen.



51344/17728

In unser gepflegtes Disco-Pub in der Ostschweiz suchen wir junge(n)

## Geschäftsführer(in)

mit Fähigkeitsausweis.

Sind Sie initiativ, kontaktfreudig und aufgestellt, dann schreiben Sie uns bitte unter Chiffre E 185-713842 an Publicitas, Postfach 4070, 6002 Luzern.

P 51441/44300

# MÖVENPICK

Für Menschen und Ideen.

## Chef de Service Mövenpick Restaurant

Sie lieben es, Gastgeber/in zu sein. Gäste aus verschiedenen Nationen verwöhnen und betreuen zu dürfen, gibt Ihnen viel Befriedigung bei der täglichen Arbeit. In hektischen Situationen verlieren Sie, wie es für einen

üblich ist, nie den Kopf. Ein 156plätziges Restaurant, in welchem Sie rund 10 Mitarbeiter in einer Schicht führen, wäre ungefähr das, was Sie auf den 1. Februar 1993 oder nach Vereinbarung suchen.

- Berufserfahrung als Chef de Service oder Tätigkeit in ähnlicher Funktion
- Verantwortungsbewusstsein und Dynamik
- Einwandfreie Umgangsformen, sicheres Auftreten
- Teamfähigkeit und Humor

sind alles Eigenschaften, welche Sie mitbringen.

Neben einem jungen motivierten Team, bieten wir Ihnen in- und externe Weiterbildungsmöglichkeiten, fünf Wochen bezahlten Urlaub, Einkaufsvergünstigungen, Wohnmöglichkeit in unserem Personalhaus, Personalrestaurant sowie Parkplatzmöglichkeit. Interessiert?

Herr Marc Walther freut sich auf Ihren Anruf und/oder die üblichen Bewerbungsunterlagen.

### Hotel Mövenpick

Im Zentrum  
8105 Regensdorf  
Telefon 01/840 25 20

Zürich-Regensdorf  
**MÖVENPICK HOTEL**

## Und so fängt Ihre Karriere bei Mövenpick an:

Mit dem nebenstehenden Coupon wissen Sie bald mehr über uns, mehr über Ihre Einstiegsmöglichkeiten, mehr über unser Aus- und Weiterbildungsangebot.

Planen Sie Ihre Laufbahn mit uns!

**Vier Wochen Urlaub verfliegen im Nu,  
Mövenpick schenkt Ihnen fünf Tage dazu!**

Mövenpick Stellenvermittlung  
Seestrasse 160, Postfach, 8027 Zürich  
Telefon 01/201 24 66  
Mo-Fr 8-18 Uhr, Sa 9-16 Uhr

Ich interessiere mich für eine Stelle bei Mövenpick. Bitte informieren Sie mich unverbindlich über meine Einstiegsmöglichkeiten:

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> in einem Restaurant                         | <input type="checkbox"/> Westschweiz               |
| <input type="checkbox"/> im Hotel                                    | <input type="checkbox"/> im Tessin                 |
| <input type="checkbox"/> in einem Marché-Restaurant                  | <input type="checkbox"/> Süddeutschland            |
| <input type="checkbox"/> in einem Silberkugel- oder Cindy-Restaurant | <input type="checkbox"/> Norddeutschland           |
| <input type="checkbox"/> in der Küche                                | <input type="checkbox"/> Kanada                    |
| <input type="checkbox"/> im Service                                  | <input type="checkbox"/> Mittlerer Osten           |
| <input type="checkbox"/> im Handel/Produktion                        | <input type="checkbox"/> Ferner Osten              |
| <input type="checkbox"/> in der Verwaltung                           | <input type="checkbox"/> Region spielt keine Rolle |
| <input type="checkbox"/> Deutschschweiz                              | <input type="checkbox"/>                           |

Meine Adresse:

Name: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Strasse: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Alter: \_\_\_\_\_

Beruf: \_\_\_\_\_

Nationalität: \_\_\_\_\_ Bewilligung: \_\_\_\_\_

P 51420/361



**KULM HOTEL  
ST. MORITZ**

Traditionsreichstes, führendes Haus im weltbekanntesten Wintersportort St. Moritz sucht für kommende Wintersaison noch

**Telefonistin**

(PTT- oder Hotelerfahrung)

**Dracula Club:**

exklusiver Privat-Nachtclub

**Servicehostesse**

(sprachenkundig)

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Kulm Hotel, St. Moritz  
Personalbüro  
7500 St. Moritz

51427/33812

Member of The Leading Hotels of Switzerland

**Anzeigenschluss:  
Freitag, 17.00 Uhr**



CH-6440 Brunnen, Telefon 043/331133

Rôtisserie · Café/Restaurant · Bar-Dancing · Boulevard-Café  
Seeterrasse · Privat-Strandbad · Tennisplatz · Bootstege

Wir suchen auf sofort oder nach Übereinkunft in Jahresstelle ein/eine erfahrene(n)

**stellvertr.  
Chef de réception**

Die Arbeit ist abwechslungsreich – der Arbeitsplatz mit modernen Hilfsmitteln ausgestattet.

Sind Sie kontaktfreudig und belastbar und möchten Ihre Fremdsprachen- und Fachkenntnisse optimal einsetzen?

Dann würden wir uns freuen, Sie bald kennenzulernen.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie an die:  
**Direktion Seehotel Waldstätterhof, Brunnen**

BEST WESTERN



SWISS HOTELS

51430/6327



**DOMINO GASTRO**

*Ihr Personal-Profi*

sucht im Kundenauftrag für schöne Hotel- und Restaurantbetriebe in Basel und Region folgende Mitarbeiter(innen):

**Direktionsassistent(in)**

zur Entlastung der Direktion, für Grossanlässe im Bereich Bankette, Seminare und Kongresse. Sie sind sehr einsatzfreudig, verfügen über einen Hotelfachabschluss sowie einige Jahre Praxis im Service mit Führungserfahrung.

**Stv. Küchenchef/Sous-chef**

ab zirka 28 J., in grössere Brigade, für Betrieb mit starkem Bankettanteil, nebst gepflegtem A-la-carte-Geschäft

**Jungkoch/-köchin und Pâtissier m/w**

für Betriebe mit guter Infrastruktur und abwechslungsreichem Angebot, z. T. mit Vollwert- oder klassischer Kost.

**Hauswirtschaftsgouvernante**

Sie sind durchsetzungsfähig, belastbar und verfügen über mehrjährige Berufs- und Führungserfahrung.

**Etagengouvernante**

Als gelernte Hotfa mit 1-2-jähriger Berufserfahrung erwartet Sie eine interessante Stelle mit Aufstiegsmöglichkeiten. Eintritt per sofort oder nach Absprache auch später.

**Réceptionist(in)**

mit 1-2-jähriger Fronterfahrung, Sprachen: D, E, F.

**Servicefachangestellte und Kellner**

Qualifizierten Servicefachleuten können wir tolle Angebote unterbreiten, ein Anruf lohnt sich!  
Gerne sagt Ihnen Frau M. Otterbach mehr über diese interessanten Positionen. Diskretion ist für uns selbstverständlich.

**DOMINO GASTRO**

St. Alban-Anlage 64, 4052 Basel  
Telefon (061) 313 40 10

51433/209184



**STIFTUNG «IM GRÜNEN» MÜNCHENSTEIN**

Für unseren lebhaften Restaurationsbetrieb in einer beliebten Erholungszone am Rande der Stadt Basel suchen wir auf Anfang 1993 oder nach Übereinkunft eine/n fachlich versierte/n und einsatzfreudige/n

**Betriebsassistenten/in**

Ihr Wirkungskreis ist darauf ausgerichtet, Ihre Vorgesetzten bei der Führung des Betriebs zu unterstützen. Dazu gehören beispielsweise die Überwachung und Betreuung des Selbstbedienungsrestaurants. Daneben können Sie Ihre praktischen Erfahrungen in der Leitung des à-la-carte-Restaurants und des Bankettservice anwenden.

Wenn Sie Praktiker/in mit Fronterfahrung sind, so bietet Ihnen diese Position einen weiteren Schritt auf dem Weg Ihrer Karriere.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen an:

Restaurant Seegarten z. Hd. Herrn J. H. Grieder  
Rainstrasse 6, 4142 Münchenstein Telefon 061/411 14 48

**Universa - Monta Personalberatung**  
Büro Langenthal Tel. 063 23 20 28

**DIE Stellenbörse**



**für Hotellerie und  
Gastgewerbe**

A 51155/350222

**monta ag**  
Büro Thun  
Freienhofgasse 11, 3600 Thun  
**033 23 23 61**



Gesucht in heimeligen Landgasthof im Voralpengebiet (Schwarzenburgerland) für die Saison 1993:

**Service-mitarbeiterin**

(auch Anfängerin; möglich für Saisoniers mit Deutschkenntnissen)

Wir sind ein junges Team und würden uns freuen, Sie als unsere neue Mitarbeiterin begrüßen zu dürfen.

Montag und Dienstag Ruhetage.  
51323/140961

067/391153



HOTEL HIRSCHEN  
CH-6004 Luzern Schweiz  
BESITZER: URS. W. GEHRIG

Wir suchen für unseren lebhaften

**Barbetrieb und Cabaret**

eine Unternehmerpersönlichkeit mit Erfahrung im Nachtgeschäft. Sind Sie solide ausgebildet und verfügen nebst Fähigkeitsausweis A über Organisationstalent und Durchsetzungsvermögen sowie gute Fremdsprachenkenntnisse, so möchten wir Ihnen die Aufgabe als

**Gerant/Gerantin**

gerne anvertrauen.

Wir bitten Sie, Ihre Bewerbung mit Foto und den üblichen Unterlagen einzureichen an:

HIRSCHENBETRIEBE LUZERN AG  
z. H. Urs W. Gehrig, Propr.  
Hirschenplatz 2, 6004 Luzern

51176/22993

Wir suchen für unser Erstklasshotel in der Innerschweiz

**einen Küchenchef**

Bei uns erwartet Sie:  
– ein kollegiales Team  
– selbständiges Wirken  
– die Freiheit, neue Ideen umzusetzen

Wir erwarten von Ihnen:  
– Flexibilität und kooperatives Arbeiten  
– gute Organisation und Einteilung der unterstellten Mitarbeiter  
– Freude am Gestalten des Angebotes  
– Idealalter: ab 30 Jahren  
– sehr gute Deutschkenntnisse

Interessiert? Dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 47381 an hotel revue, 3001 Bern.

Wir garantieren absolute Diskretion. Wir freuen uns, Sie persönlich kennenzulernen.

47381/26921



**NAVY CLUB**  
Bar/Dancing  
**MURTEN**

der Treffpunkt  
von Dienstag - Sonntag

**EINLADUNG**

Zum Abendrot am Murtensee!  
Bester Fensterplatz mit faszinierender Ambiance zu vergeben:

Charmante

**Barmaid**

(ideal: 25 bis 35, D/F)

Wann sprechen wir über Ihre grosse Erfolgschance und die wesentliche Rolle, die Sie dabei spielen können?

Pierre Lehmann  
Hotel SCHIFF/NAVY CLUB  
(direkt an der Hafen-Promenade)  
3280 Murten  
Telefon (037) 71 27 01

PS: Bitte dieses Inserat ausscheiden weitergeben/weitersagen und reagieren. Danke!

46155/26247

**Jeden  
Donnerstag  
nehme ich mir  
einen  
Moment Zeit.**



Die führende Schweizer Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit gibt's im Abonnement - Frau Wyler freut sich auf Ihren Anruf, Telefon (031) 50 72 22 - oder jede Woche an jedem Kiosk.

**Wintersaison in Laax**

Für Skifans sind die folgenden Wintersaisonstellen das Grösste, denn unsere Betriebe befinden sich direkt im Herzen der «Weissen Arena» in Laax GR. Grattisabonnement, 5-Tage-Woche und gute Entlohnung sind das Tüpflein auf dem i. Am besten setzen Sie sich unverzüglich mit uns in Verbindung, wenn Sie eine der folgenden Stellen interessiert:

**Berghotel Crap Sogn Gion  
Koch**

Dancing Casa Veglia

**Serviceangestellte**  
(mit Erfahrung im Servicebereich)

**Sporthotel Signina \*\*\*\***

**Saaltochter/Saalkellner**  
(mit guten Deutschkenntnissen)

Selbstverständlich können sich auch Nichtskifahrer melden. Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an Hotel-Restaurationsbetriebe Crap Sogn Gion AG, Evelyn Gürber, 7032 Laax, Telefon (081) 39 01 51.

LAAX CRAP

51393/17884

**HOTEL GAMPERDON**

**FLUMSER  
BERG** MINOTELS  
SUISSE  
accueil

Zur Vervollständigung unseres Personalbestandes suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

Fröhliche

**Servicefachangestellte  
Barmaid**

Führung unserer heimeligen Arven-Bar.

Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen an:  
Fam. W. Schibli  
8898 Flumserberg  
Telefon (085) 3 16 22

51362/11578



\*\*\*\*

**PARK-HOTEL AM RHEIN**  
4310 RHEINFELDEN

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

**Chef de partie**

Unsere aufgestellte Brigade freut sich auf Sie als Mitarbeiter(in).

Telefon (061) 831 33 31  
Bitte Frau M. Müller verlangen

0 51390/59536

Wir suchen auf den Frühling 1993 oder nach Vereinbarung

**Geranten-Ehepaar**

Wir sehen folgende Arbeitsteilung vor:  
Küchenchef(in)  
und Gastgeber(in)

Wir erwarten:

- sichere Personalführung
- umfassendes und neuzzeitliches Fachwissen
- Selbstständigkeit
- Kreativität

Wir bieten:

- einen modernen Betrieb
- fortschrittliche Anstellungsbedingungen
- leistungsgerechtes Salär

Ist eine solche erfolversprechende Aufgabe eine Herausforderung für Sie? Wenn ja, dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

H. und H. Strasser  
Bahnhofstrasse 17, 3250 Lyss  
Telefon (032) 84 13 91

P 51125/17867



**Rössli**

HOTEL RESTAURANT  
PIZZERIA  
ITALIENISCHE SPEZIALITÄTEN  
AMRISWILERSTRASSE 3  
8570 WEINFELDEN

TEL. 072 22 30 90  
FAX 072 22 78 90

Wir suchen in unser italienisches Restaurant per sofort oder nach Vereinbarung

**Pizzaiolo  
Kellner  
Jungkoch oder Hilfskoch**

nur mit Bewilligung B/C.

Wir bieten:  
gute Entlohnung  
geregeltete Arbeitszeit  
5-Tage-Woche

Wir freuen uns auf Ihren Anruf.  
Restaurant Rössli, 8570 Weinfeldten  
Telefon (072) 22 30 90, Herr  
Grasso oder Frau Ebnetter verlangen

51331/320718

\*\*\*Hotel im Oberengadin  
sucht auf kommende Wintersaison  
folgende Mitarbeiter:

**Serviertöchter/  
Saaltöchter**

(mit Servicekenntnissen, deutschsprachig erwünscht)

Für Ausländer Kontingente vorhanden.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen unter Chiffre 51444 an hotel revue, 3001 Bern.

51444/30325

**Gasthof Rössli  
Gasel**

bei Bern

Wir suchen eine junge

**Serviertochter**

(Keine Ausländerbewilligung)  
Di/Mi geschlossen. Auf Wunsch  
Zimmer im Hause. Geregeltete  
Arbeitszeit.

Gasthof Rössli, 3144 Gasel  
Fam. H. Wenger-Käch  
Telefon (031) 849 02 11

0 51247/12050

**Saas-Fee**

**Hotel Ambassador\*\*\*\***

Für die kommende Wintersaison  
1992/93 suchen wir noch folgende  
Mitarbeiterinnen:

**Saaltöchter**

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder  
erwarten gerne Ihre Bewerbungs-  
unterlagen mit Foto.

**Hotel Ambassador  
Gebr. Supersaxo  
3906 Saas Fee  
Telefon (028) 57 14 20**

P 51272/97608

**Beatenberg**

Wir suchen selbständigen, kreativen

**Koch**

ab 18. Dezember oder nach Übereinkunft  
für Jahresstelle.

Offerten an:  
Familie Oehrli  
Hotel Gloria  
Telefon (036) 41 11 29

P 51355/44300

**Chikito  
CLUB OF CLUBS**

Wir suchen per sofort oder nach Übereinkunft

**Barmaid**

In unser neueröffnetes, exklusives Cabaret in Bern.  
- Sehr gute Verdienstmöglichkeiten  
- Angenehmes Arbeitsklima  
- Geregeltete Arbeits- und Freizeit

Interessentinnen (25 bis 45 Jahre) mit Berufserfahrung, Sprachkenntnissen, freundlichem Wesen, adrettem Auftreten und Sinn für gute Zusammenarbeit melden sich bei:  
CHIKITO AG, Neuenquasse 47  
Postfach 6655, 3001 Bern  
Telefon (031) 22 26 80

P 51354/4146

**PJZ** JOHAN ZEGG  
DORFSTRASSE 11, 7074 MAILL  
Tel. 081 22 82 09 • Fax 081 22 82 10  
PERSONALVERMITTLUNG UND -BERATUNG

Manege frei (Graubünden)

Suchen Sie einen

**interessanten Einsatz**

in unserem Wintersaisonzirkus in  
- Service  
- Küche  
- Etage  
- Réception  
- oder anderen Touristikbranchen  
dann wenden Sie sich an uns.

Wir haben die richtige Stelle für Sie.  
Ganz einfach Telefon oder Fax an  
uns, oder schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an obige Adresse.

51316/351482

**GASTRONOMIE MIT STIL**

Im Herzen von Luzern, an schönster Lage,  
direkt an der Reuss, suchen wir für unser renommiertes 4-Stern-Hotel mit 100 Betten eine

**1. Réceptionistin**

und eine

**Réceptionistin**

Unser junges, dynamisches Team wünscht sich motivierte, freundliche und aufgestellte Gastgeberpersönlichkeiten. Berufserfahrung, Sprachkenntnisse und selbständiges Arbeiten sind die Voraussetzung für diese sehr lebhaften und interessanten Stellen.

Wir bieten Ihnen einen modernsten mit EDV eingerichteten Arbeitsplatz und ein Umfeld, in dem Sie sich wohlfühlen und Ihr berufliches und menschliches Potential voll entfalten können.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto werden mit Freude erwartet. Weitere Informationen erteilt Ihnen Frau Renata Gräter.

Peter E. Büsser, Direktor

\*\*\*  
**HOTEL DES BALANCES**

WEINMARKT LUZERN - 6000 LUZERN 5  
GOURMET RESTAURANT LA VAGUE  
PIANO BAR - SALLE DES BALANCES - TERRASSE - BISTRO  
TELEFON 041/51 18 51 51174/22683

**ALPINA SCHOOL OF HOTEL MANAGEMENT AG**

**Es gibt sie noch -**

die guten Praktikantinnen und Praktikanten.

Die Alpina School of Hotel Management AG in Parpan (Graubünden) sucht noch einige Praktikantenstellen (Service oder Küche) ab Anfang Dezember 1992 oder nach Vereinbarung für:

- gut ausgebildete und motivierte Studentinnen und Studenten aus allen Erdteilen (mit Deutsch- oder Französischkenntnissen),
- die alle im Besitze einer B-Bewilligung sind (belasten somit kein Kontingent)
- und zudem den Begriff «Vermittlungsgebühr» nicht kennen.

Für weitere Auskünfte steht Ihnen unser Vizedirektor, Herr Michel Mühlihauser, jederzeit gerne zur Verfügung (Telefon 081/35 11 91).

ALPINA SCHOOL OF HOTEL MANAGEMENT AG  
7076 Parpan

51307/351300



Erstklasshotel in Winterthur sucht auf  
Anfang 1993 oder nach Vereinbarung

**Réceptionistin**

Sie sollten fließend D, F und E sprechen, von  
aufgestellter, fröhlicher Natur sein und  
Freude haben am Umgang mit Gästen  
aus aller Welt.

Erfahrung im Gastgewerbe ist  
von Vorteil aber nicht Bedingung.

Wir bieten Ihnen eine selbständige Position,  
fortschrittliche Anstellungsbedingungen mit  
geregelter Freizeit und ein angenehmes Betriebsklima. Richten Sie Ihre Bewerbung an  
Herrn A. Schaffner oder D. Cosandier



**GARTEN HOTEL WINTERTHUR**

\*\*\*\*

Stadthausstr. 4, 8402 Winterthur  
Tel: 052/ 212'19'19, Fax: 213'68'70

51087/45829

**DAVOS - PARSENN**

**Parsenn Sporthotel  
7260 Davos Dorf**

vis-à-vis Parsennbahn und Pisch-Bus Terminal  
Hotel mit 70 Betten und ein A-la-carte-Restaurant  
sucht für lange Wintersaison 1992/93 noch folgende  
Mitarbeiter:

**Sekretärin** (CH, D, F, E)

(hotelfachkundig)

Offerten erben mit den üblichen Unterlagen an:  
J. Fopp  
Hotel Parsenn  
7260 Davos Dorf  
Telefon (081) 46 32 32

50418/9040

Flughafen  
Restaurants  
Zürich



Sind Sie auch der Meinung, dass Gästen das  
Gewohnte zum Genuss und das Besondere zum  
Erlebnis gemacht werden soll? Dass man damit  
aus ihnen langjährige Stammgäste macht?

Dann erwartet Sie eine vielseitige und lebhafte  
Tätigkeit als

**Sales Representative w/m**

Sie vermieten inner- und ausserhalb der Restau-  
rantbetriebe unsere verschiedenen Räumlichkei-  
ten an unsere Kunden für Bankette, Kongresse,  
Cocktailparties ...

Dabei kommen Ihnen zugute: Ihre abgeschlossene  
Ausbildung im Gastgewerbe/Hotelfach, bereits  
gesammelte Erfahrungen im Bereich Bankettver-  
kauf oder in einer Verkaufsabteilung, Kontak-  
tredigkeit, Initiative und nicht zuletzt Ihr gültiger  
Fahrausweis der Kat. B.  
Ihre gepflegte Erscheinung und guten Umgangs-  
formen runden das Bild ab.

Auf Sie warten: Eine interessante Tätigkeit mit  
Verantwortung und Selbstständigkeit, täglicher  
Kontakt mit den verschiedensten Gästen, ein an-  
genehmer Arbeitsplatz und ein aufgeschlossenes  
Team, das gerne mit Ihnen zusammenarbeiten  
möchte. Ein schönes Appartement können wir  
Ihnen zur Verfügung stellen.

Es gibt noch einiges Wissenswerte über diese  
Stelle, welche mit Ihnen zusammen in dieser Form  
erst aufgebaut werden soll. Diese Informationen  
erhalten Sie in einem persönlichen Gespräch mit  
Herrn J.-L. Gerber oder Herrn B. Läubli.

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen  
mit Lebenslauf und Foto, Zeugniskopien sowie  
einer Handschriftprobe, und wir werden uns mit  
Ihnen in Verbindung setzen.

**FLUGHAFEN-RESTAURANTS ZÜRICH**  
Postfach 1523  
8058 Zürich-Flughafen  
Telefon (01) 824 33 00

51440/40290

## Chamer schickel!

Wenn Ihnen dieser kleine Satz aus der Küchen Sprache vertraut vorkommt, so sind Sie vielleicht genau der Fachmann, der uns gerade noch ge-fehlt hat.

Unser neuer

## Küchenchef

(mit Vorteil Wirtpatent A)

darf seine Ideen verwirklichen, die ganze Brigade durch die Hölle gehen lassen, den Geschäftsführer verfluchen, seine Mitarbeiter fördern, in der Servicezeit ausrasten, ein Qualitätsfanatiker sein, seine Freizeit genießen, fröhlich sein, Berufsstolz haben, eine gute Rendite erwirtschaften und ..... kochen!

Wenn Sie es sich nicht verkneifen können, für den ausserordentlichen Erfolg in einem einzigartigen Restaurant die Mit-Verantwortung zu übernehmen, **ab sofort oder nach Vereinbarung**, so zögern Sie nicht und schreiben unter Chiffre 51351 an hotel revue, 3001 Bern.

51351/279528

## DAVOS -PARSENN DAVOS -PISCHA

Für unser Bergrestaurant Pischasuchen wir für die kommende Wintersaison noch folgende flexible und motivierte Mitarbeiter(innen):

## 2 Köche/Köchinnen

Neben einer interessanten und abwechslungsreichen Tätigkeit bieten wir Ihnen eine angemessene Entlohnung, Unterkunft in Davos sowie einen Skipass für die Parsenn- und Pischabahnen.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen und Foto:

Sportbahnen Pischas AG, Restaurationszentrale  
Promenade 157, CH-7260 Davos Dorf  
Telefon (081) 47 67 67

0 51448/9431

## Sie suchen eine neue Herausforderung mit einem klitzekleinen bisschen mehr!

Ihre Erfahrung im Verkauf und Ihre exakte Arbeitsweise verhelfen Ihnen dazu, bei uns als

## SEMINARLEITER(IN)

mehr von allem zu bekommen!

... mehr von Organisation, Planung, Kommunikation und natürlich lebendiger Hotellerie.

Als junger Profi im Gastgewerbe besitzen Sie gute EDV-Kenntnisse, sind flexibel und belastbar, mögen eine gewisse Hektik und lieben den Umgang mit Gästen. Super!

Frau Sandra Scherer, Leiterin Personalwesen im SSG Hotel Egerkingen, 4622 Egerkingen, freut sich auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Passfoto.

Zur Vororientierung gibt Sie auch gerne telefonisch Auskunft (Telefon 062/61 21 21).

## Hotel Egerkingen SSG

P 51415/27243



DOLDER  
GRAND HOTEL  
ZÜRICH

## HOTEL- FACHASSISTENTIN

in einem eleganten Grand Hotel an traumhafter Lage mit fortschrittlichen Arbeitsbedingungen.

Die nicht ganz alltägliche Stelle für Sie?

Gerne gibt Ihnen unser Personalchef, Herr W. Im-Obersteg, nähere Auskunft.

Kurhausstrasse 65, 8032 Zürich  
Telefon 01-251 62 31

Member of



The Leading Hotels of the World.

51454/40150

## HOReGa SELECT

Kader

Für ein Firstclass-Hotel in der Nordwestschweiz suchen wir nach Vereinbarung einen

## Operations-Manager

Erfahrung in leitender Position im Front-Office sowie im F & B-Bereich und die Beherrschung der Sprachen D, F, E sind Grundvoraussetzungen, um dieser nicht alltäglichen, herausfordernden Position gerecht zu werden. Belastbarkeit, Verhandlungsgeschick und Durchsetzungsvermögen sowie ein sicheres, gewandtes Auftreten sind ebenso ein Teil der Anforderungen.

Dementsprechend verantwortungsvoll und selbstständig ist die Stelle. Über Einzelheiten informieren wir geeignete Kandidaten gerne nach Erhalt der Bewerbungsunterlagen.

## Verkaufsdirektor(in)

Für zwei renommierte \*\*\*\*-Hotels in der Region Nordwestschweiz suchen wir eine ausgewiesene Persönlichkeit, welche für diese anspruchsvolle Aufgabe folgende Voraussetzungen mitbringt:

- Ausbildung im Gastgewerbe mit Abschluss einer Hotel- oder Touristikfachschule
- Erfahrung an der Réception in leitender Position
- Selbstständigkeit und Organisationstalent
- Führungsqualitäten
- Kontaktfreudigkeit und eine positive Ausstrahlung

Sie koordinieren mit den Verkaufsabteilungen, pflegen Kontakte und planen Aktivitäten und Reisen in der Schweiz und Europa. Sie haben das richtige Know-how und können sich mit den Hotels voll identifizieren. Fühlen Sie sich angesprochen?

## 1. Réceptionistin

Ein \*\*\*\*-Stern-Hotel in der Region Innerschweiz sucht nach Vereinbarung eine selbstständige und verkaufsorientierte Mitarbeiterin mit 3 bis 4 Jahren Réceptionserfahrung. Sie führen ein kleines Team und unterstützen die Direktion im Verkauf der Zimmer und Seminare. Dazu steht Ihnen eine sehr moderne EDV-Anlage zur Verfügung.

## 1. Hausdame 1. Gouvernante

In dieser Position zeichnen Sie verantwortlich für den gesamten «Innenbereich» eines Grosshotels. Wir suchen Damen, die über mehrjährige Berufserfahrung verfügen, Top-Angebote in Basel und Zürich.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen und geben Ihnen auch bei einem ersten Telefongespräch nähere Informationen. Diskretion ist selbstverständlich.

HoReGa Select Kaderabteilung AG  
Stänzlergasse 7  
4051 Basel  
Telefon (061) 281 95 95



Personalberatung für Dauerstellen,  
Kader- und Managementpositionen  
in Hotellerie, Gastgewerbe und Touristik

51 439/23815

## Ich habe nur für eine wirkliche Fachzeitung Zeit.



Die führende Schweizer Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit gibt's im Abonnement - Frau Wyler freut sich auf Ihren Anruf. Telefon (031) 50 72 22 - oder jede Woche an jedem Kiosk.

## Saas-Fee

Gesucht werden ab zirka 15. Dezember 1992 zwei sprachgewandte und freundliche

## Bardamen

zur selbstständigen Führung unserer Skibar (Metro-Bar).

Gerne erwarten wir Ihren Anruf, bzw. Ihre Unterlagen.

Familie Zumtaugwald  
Restaurant Alp-Hütte  
Saas Fee, Telefon (028) 57 10 50

51389/165670

Disco in Zürich sucht auf Dezember 1992 flotte

## Bardame

sowie Freitag bis Samstag

## Aushilfe

für Garderobe und Eingang.  
Bitte melden unter Telefon (01) 860 35 93  
Montag bis Freitag (Bürozeit)

B 51385/351717

Wenn Sie Teamwork und Professionalität grosschreiben, Freude an ital. und franz. Küche haben, dann sind Sie unser Mann.

## Koch/ Chef de partie

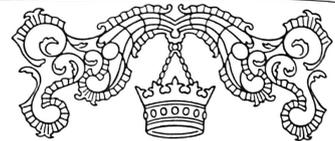
Ein junges, aufgestelltes Team freut sich auf Ihre Bewerbung.

Eintritt nach Vereinbarung, evtl. Januar 1993.

Telefon (073) 22 26 26  
Hrn. Ch. Scherrer  
Ristorante Allegretto  
Snack Bar/Säle  
am Bahnhofplatz  
9500 Wil

H 51242/37940

CARRIERE '93



## HOTEL KRONE LENZBURG

Die berühmt-berühmte «Stecknadel im Heuhafen» zu finden, fällt auch uns nicht immer leicht... Ja halt; vielleicht sind gerade SIE unser zukünftiger

## Chef garde-manger oder Chef tournant

der es versteht, Mitarbeiter mit neuen Ideen zu sein und sie zu Höchstleistungen anzuspornen?

### Wir bieten:

vielseitigen Arbeitsbereich, Weiterbildung im A-la-carte-, Bankett- und Cateringereich. Topmoderne Küche in renoviertem Betrieb. Zeitgemässes Salär, Freizeit- und Sozialleistungen.

### Wir erwarten:

Freude am Beruf, Teamfähigkeit, fundierte Ausbildung und Erfahrung, Verantwortungsbewusstsein... und das Herz am rechten Fleck.

### Interessiert?

Rufen Sie an oder senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Hotel Krone Lenzburg  
Telefon (064) 51 53 55 (Herr Gerber) Sandweg 15  
5600 Lenzburg

51455/1949

BEST WESTERN



SWISS HOTELS

## HOTEL HULDI & WALDHAUS 3715 ADELBODEN

Familien K. P. Gygax & Ruch, Telefon (033) 73 15 31

Für die kommende Wintersaison (oder in Jahresstelle), ab zirka 20. Dezember, haben wir folgende Stellen neu zu besetzen:

## SERVICEFACHANGESTELLTE(R)

für Speisesaal und Hotelhalle  
mit etwas Berufserfahrung und Freude, in einem kleinen Team einen wichtigen Posten einzunehmen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Wir unterhalten uns gerne mit Ihnen über präzisere Einzelheiten. Ihre entsprechende Bewerbung erreicht uns an obiger Adresse.

51457/248

## INSELSPITAL

HOPITAL DE L'ILE

Universitätsspital Bern Hôpital universitaire de Berne

Erlebnisastronomie, ein wichtiger Augenblick für unsere Patienten.

Kreativität bringt Ideen, Ideen bringen Freude bei der Arbeit. Ihre Freude am Arbeitsplatz kann unsere

## Koch / Köchin

voll ausnutzen indem Er/Sie voll integriert wird in unseren Aufgabenbereich. Wir bieten die Möglichkeit, sich intern und extern weiterzubilden und natürlich interessieren uns Ihre Beteiligungen an Kochkunstausstellungen.

haben Sie eine abgeschlossene Lehre als Koch/Köchin und einige Erfahrung in der Gastronomie gesammelt? Ist selbständiges Arbeiten innerhalb einer Grossküche für Sie kein Fremdwort: dann go ahead!

Unsere Herren Georg Knecht oder Beat Merz stehen Ihnen für erste Fragen auch telefonisch zur Verfügung. Täglich Mo.-Fr. von 8.00 bis 9.00 Uhr, Telefon 031 64 38 09.

Auch über eine schriftliche Bewerbung mit Foto würden wir uns freuen.

### Direktion des Inselspitals

Personalabteilung

Kennziffer 144 / 92

3010 Bern

Gemeinsam für  
Patientinnen und Patienten

P 51356/9138

BADRUTT'S

## PALACE

HOTEL ST. MORITZ

sucht für die Wintersaison 1992/93

## Sportlehrer(in) (D, E, I, F)

Offerten mit Zeugniskopien und Foto an  
Badrutt's Palace Hotel, 7500 St. Moritz  
Telefon (082) 3 38 19

51396/33944

## TESSIN



\*\*\*\* HOTEL DELLAVALLE UND CASA AL CARMINE



Was es nicht schon immer Ihr Traum – im Tessin zu arbeiten?  
Wir suchen in junge, mittlere Brigade für Anfang März 1993  
oder nach Übereinkunft:

## SOUS-CHEF CHEF DE PARTIE COMMIS DE CUISINE

Für weitere Informationen wenden Sie sich an unseren Küchenchef, Herrn Hotz, oder senden Sie Ihre Unterlagen an folgende Adresse:

HOTEL DELLAVALLE  
Personalbüro  
6645 BRIONE SOPRA MINUSIO

51461/05975

### Restaurant Paprika-Lotos Bern

Wir suchen ab sofort oder nach Vereinbarung

### chinesischen Küchenchef

Wir erwarten:  
Selbstständigkeit, Kreativität.

Wir bieten:  
fortschrittliche Anstellungsbedingungen, einen modernen Betrieb, leistungsgerechtes Salär, geregelte Arbeitszeiten.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

H. und H. Strasser  
Telefon (032) 84 13 91

P 51253/68829



Hotel-Restaurant  
**HIRSCHEN  
Wildhaus**  
9658  
Tel. 074/522 52

Für kommende Wintersaison suchen wir in Saison- oder Jahresstelle folgende qualifizierte Mitarbeiter

### Sous-chef/Saucier Hotelsekretärin/ Réceptionistin Serviertochter

in schönes A-la-carte-Restaurant

### Barmaid

für Disco

Eintritt per sofort oder Mitte Dezember. Wir bieten abwechslungsreichen, interessanten Arbeitsplatz mit guten Bedingungen.

Falls Sie sich für einen dieser Posten interessieren, senden Sie uns bitte die üblichen Bewerbungsunterlagen, oder rufen Sie uns kurz an.

Hotel Hirschen Wildhaus  
z. H. von Herrn A. Walt  
Telefon (074) 5 22 52

51286/38237

Für eine Firma mit Sitz in Basel suchen wir einen jungen und zuverlässigen

### Verkaufsassistenten

Nach gründlicher Einführung haben Sie die Möglichkeit, Präsentationen, Schulungen und Installationen von Hard- und Software im Hotel- und Restaurantgewerbe selbständig auszuführen.

Wir stellen uns einen jungen Mann von zirka 20-25 Jahren vor mit einer Ausbildung im Hotelfach sowie mit fundierten PC-Erfahrungen.

Für diese abwechslungsreiche Aufgabe erwarten wir Einsatz und Beweglichkeit.

Ihre Bewerbungsunterlagen werden wir vertraulich behandeln

### Hans Müller Treuhand

4153 Reinach, Bodenmattstrasse 8

51394/351660



### JETZT SCHMILZT DER KÄSE !!!

"Junge, aufgestellte Person die im Service arbeiten möchte und dabei noch den Chef vertreten will..."

&

...Jungkoch der seinen käsigen Ideen freien Lauf lassen möchte."

Wenn Sie sich so bewerten, dann sind Sie die/die richtige Mitarbeiter/in für unser junges Käse-Restaurant.

Melden Sie sich bei **Ferd. Huber**,  
041/528 529, bevor der Käse anbrennt.

51411/351725



### Ihr Sprungbrett...

Jünger Berufskollege hat in unserem Betrieb die Möglichkeit, als qualifizierter

### Chef de partie zum Sous-chef de cuisine

befördert zu werden.

In unserer neuzeitlichen und abwechslungsreichen Küche sind Sie als Sous-chef die rechte Hand des Küchenchefs. Sie führen und überwachen unsere Küchenmannschaft bei Abwesenheit des Chefs selbstständig und arbeiten an der Angebotsgestaltung aktiv mit.

Unserem neuen Mitarbeiter bieten wir ein angenehmes Arbeitsklima, geregelte Arbeitszeit (auf Wunsch Samstag/Sonntag frei) und zeitgemässe Entlohnung.

Rufen Sie einfach an, oder senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen zuhanden Herrn Marcon oder Fr. Estermann.

6020 EMMENBRÜCKE • 041 55 64 44

51054/120855

### HOTEL *Elite* GARNI

### ZERMATT

Fam. P. Julien-Schnyder Telefon (028) 67 57 93  
Telefon (028) 67 31 74

### COUNTRY BAR

mit **Billard** Tel. (028) 67 15 80

Für unsere Bar mit Pool Billard suchen wir für die kommende Wintersaison, ab 15. Dezember 1992, noch folgende Mitarbeiterin:

### Anfangs- Bar-Serviertochter

sprachenkundig D, E, F.

Auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto freuen sich:  
Familie P. Julien-Schnyder

51445/39020

## Wir suchen

## REGIONALLEITER

Wir suchen für eine in der Gemeinschaftsverpflegung stark expandierende Unternehmung eine führungsgewandte Person mit sehr guter F&B-Erfahrung. Ihnen unterstehen diverse Betriebe ausserhalb von Zürich. Eine verantwortungsvolle Position, die viel persönliches Engagement erfordert.

Zürich, Herr Bieri

## GESCHÄFTSFÜHRER

Für eine expandierende Restaurant-Gruppe, welche in der ganzen Schweiz tätig ist, suchen wir einen frontorientierten Gastgeber und Verkäufer, der mit grosser Kompetenz und Umsicht einen umsatzstarken Restauraionsbetrieb in der Nordostschweiz übernehmen will. Sind Sie zirka 30 Jahre alt, kennen die modernen Führungsmethoden und waren bereits in einer ähnlichen Position erfolgreich tätig, dann rufen Sie uns noch heute an.

Zürich, Herr Oehrl

FRONT OFFICE  
MANAGER

Für ein Geschäftshotel in Zürich, das einer internationalen Hotelkette angehört, suchen wir eine erfahrene Persönlichkeit (zwischen 28 und 45 Jahren) mit mehrjähriger Réceptionserfahrung. Sind Mitarbeiterführung, Organisation, Verkauf und Sprachen Ihre Stärken, und planen Sie einen Karriereschritt zu machen? Dann rufen Sie uns heute noch an. Absolute Diskretion.

Zürich, Frau Jülin

BETRIEBS-  
ASSISTENT(IN)

Für die verschiedensten Betriebe in Zürich, Basel und in Genf suchen wir junge Hotelfachschulabsolventen mit einer abgeschlossenen Lehre in der Gastronomie oder Hotellerie. Suchen Sie den Einstieg in den mittleren Kaderbereich? Dann rufen Sie uns an.

Zürich, Frau Jülin

## BANKETTLEITER

Wir suchen für zwei Erstklasshäuser in Basel und Zürich einen frontorientierten Profi, der bereits über sehr gute Banketterfahrung verfügt. Sie sind von der Organisation über die Durchführung bis zum Abschluss der Hauptverantwortliche.

Zürich, Herr Bieri

## CHEF DE SERVICE M/W

Für ein gediegenes, gut frequentiertes Restaurant im Herzen von Zürich suchen wir eine junge Persönlichkeit mit Führungsqualitäten und Verkaufsfair. Sind Sie Schweizer(in), und suchen Sie auf Anfang 1993 eine neue Herausforderung?

Zürich, Frau Jülin

## GOUVERNANTE

Für die unterschiedlichsten Hotels in Zürich, Basel und Luzern suchen wir Persönlichkeiten mit Führungserfahrung, Organisationstalent und der Bereitschaft, in absehbarer Zukunft sich beruflich (eventuell auch geographisch) zu verändern. Rufen Sie uns an.

Zürich, Frau Jülin

## KÜCHENCHEF

Für einen idyllisch gelegenen Landgasthof ausserhalb von Zürich suchen wir zur Ergänzung der 9-Mann-Brigade einen interessierten Küchenchef mit persönlichen Zielsetzungen. Sind Sie führungsgewandt und verfügen über gute Kenntnisse in Kalkulation und Angebotsplanung? Eine sehr gut honorierte Kaderstelle mit viel Verantwortung und Selbstständigkeit.

Zürich, Herr Bieri

## CHEF PÂTISSIER M/W

Wir suchen für diverse Betriebe in der ganzen Schweiz noch Künstler(innen), deren Hauptaufgabe es ist, mit viel Freude und Phantasie verführerische Süssspeisen und Dessertbuffets für anspruchsvolle, internationale Gäste zu kreieren. Rufen Sie uns unverbindlich an.

Zürich, Herr Bieri

## WINTERSAISON

Noch ist es nicht zu spät. Für die unterschiedlichsten Betriebe in weltbekanntem Schweizer Sportorten haben wir noch Saisonstellen in allen Bereichen zu vergeben. Qualifizierte Berufsleute aus Hotellerie und Gastronomie melden sich sofort bei

Zürich, Herr Bieri

Personalberatung für Hotellerie und Gastronomie.



## ADIA HOTEL

Temporärstellen • Dauerstellen • Kaderstellen

8026 Zürich Eckle Badenerstr./Langstr. 11 01/242 22 11  
9000 St. Gallen Marktplatz 18 071/22 29 56  
3001 Bern Marktgasse 28 031/21 11 33  
6300 Luzern Pilatusstrasse 3A 041/23 08 28

G 51423/183460

Reizt es Sie, in einem motivierten Team kreativ Ihre fachlichen und menschlichen Leistungen einbringen zu können?

Unsere sechsköpfige Küchenbrigade wünscht sich einen weiteren

### Teampartner Koch

weiblich oder männlich

dem wir Kompetenz und Mitentscheidung geben in der Gestaltung unseres Küchenangebotes.

Um Ihren Gwunder zu stillen, stehen wir Ihnen rund um die Uhr unter Telefon (064) 51 44 51 zur Verfügung.

Annemarie & Jürg Haller  
HOTEL HALLER, 5600 LENZBURG  
50880/19410



Wir suchen zum nächstmöglichen Eintrittstermin

freundliche

### TELEFONVERKÄUFER

für die Gastronomie und Hotellerie

- Sie müssen gute Lebensmittelkenntnisse haben, sollten aus der Gastronomie kommen, am besten Koch.

- Sie können nur deutsch, französisch oder Italienisch sprechen sein - kein Problem.

- Wir beliefern alle guten Restaurants und Hotels in der Schweiz mit frischen Lebensmitteln aus aller Welt.

- Die Küchenchefs und Einkäufer dieser Häuser sind Ihre Gesprächspartner.

- Wenn Sie dynamisch und engagiert arbeiten können, freundlich und gewissenhaft sind und bei geregelter Arbeitszeit viel Geld verdienen wollen, sollten Sie sich bei uns bewerben.

- Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte telefonisch an Herrn Fritz oder senden Sie Ihre Unterlagen an:

Connessa Basel  
Laufenstrasse 12, 4053 Basel  
Tel. 061/331 68 68

P 51387/259292

### FRANZISKANER HOTEL BAR RESTAURANT

Niederdorfstrasse 1, 8001 Zürich

Unser Restaurant Franziskaner ist ein beliebter Treffpunkt mitten im Herzen von Zürich. Welcher Berufsmann möchte in unserem jungen Team ab 1. 1. 1993 als

### Koch

das Ambiente und die bunte Vielfalt des Niederdörfli erleben und mitleben?

Schätzen Sie eine abwechslungsreiche Küche ebenso wie unsere zahlreichen Stammgäste? Dann freuen wir uns auf Ihren Anruf, um Ihnen unseren Betrieb näher vorzustellen. (Zimmer in Gehnähe auf Wunsch.)

Patricia Landolt, Personalbüro: Telefon (01) 252 01 20.  
51278/40304

### Restaurant Guggach

Für unseren modernen Restaurantsbetrieb mit angenehmem Arbeitsklima suchen wir per 4. 1. 1993 oder nach Vereinbarung

### Jungkoch/Jungköchin Commis Garde-manger

(auch weiblich)

Entremetier (auch weiblich)

Samstag/Sonntag sowie alle Feiertage frei. Gratisparkplatz. Köchlehre und Berufserfahrung sind Voraussetzung. Bewerber(innen) nur mit B- oder C-Bewilligung.

Senden Sie Ihre Unterlagen, oder melden Sie sich jeweils von 14 bis 18 Uhr bei:

P. Zumbühl  
Restaurant Guggach  
Rötelstrasse 150  
8057 Zürich  
Telefon (01) 363 32 10

51359/40380



Vergessen Sie bitte nicht, Ihre Kundennummer anzugeben,  
• wenn Sie Ihre Abonnement-Gebühren an uns überweisen,  
• wenn Sie uns Ihre neue Adresse mitteilen,  
• wenn Ihnen die Hotel + Touristik revue an Ihren Urlaubsort nachgeschickt werden soll,  
• wenn Sie anderweitige Wünsche an uns haben.

Die nächsten uns damit die Arbeit - und wir können für Sie alles noch schneller erledigen.  
Besten Dank!

Hotel + Touristik Revue  
Abonnementendienst  
Postfach  
3001 Bern

Anzeigenschluss:  
Freitag, 17.00 Uhr



**DOLDER  
GRAND HOTEL  
ZÜRICH**

## NIGHT AUDITOR

Eine sehr selbständige und verantwortungsvolle Aufgabe, in der Sie Ihre Erfahrung in EDV und Réception vertiefen und anwenden können.

Die nicht ganz alltägliche Stelle für Sie?

Gerne gibt Ihnen unser Personalchef, Herr W. Im-Obersteg, nähere Auskunft.

Kurhausstrasse 65, 8032 Zürich  
Telefon 01-251 62 31



The Leading Hotels of the World.

51405/40150

B A R  
*Exchange*

Könnten Sie sich vorstellen, in der schönsten Bar der Stadt Zug (mit live-music) als

## Barmaid

Ihre Liebe zum Beruf auszuleben?

Haben Sie Lust, Ihre Sprachkenntnisse täglich anzuwenden, mit Freude unsere guten Service gewohnten Gäste zu umsorgen und tagsüber Ihren Hobbies nachgehen zu können?

Dann sollten Sie sich mit uns umgehend in Verbindung setzen. Denn wir suchen einen zusätzli:hen «Nachtschwärmer», der teamorientiert und gutgelaunt unserer internationalen Gästeschicht den Aufenthalt in der Exchange-Bar verschönern kann. Sind Sie unser gesuchter «Nachtschwärmer»?

Dann rufen Sie uns doch noch heute unter der Nummer 042/22 66 11 an. Frau Agnes Kägi freut sich, Ihnen mehr über diese interessante Tätigkeit und über das, was wir Ihnen bieten können zu erzählen.

★★★★

## PARKHOTEL ZUG



SWISS  
INTERNATIONAL  
HOTELS

0 51447/222364



HOTEL

WEISSES KREUZ

Das haben wir schon immer so gemacht!

Diesen Satz werden Sie bei uns so schnell nicht hören, denn wir stellen unser Team nach Betriebsübernahme neu zusammen.

Wir suchen SIE,  
den begeisterungsfähigen

Aide du patron/  
Chef de service  
Veranstaltungen

den kreativen

Sous-chef

die aufgestellte

Servicepraktikantin/  
Tournante

Ihren Eintritt in eine dieser  
Jahresstellungen stellen wir uns nach  
Übereinkunft im Dezember 1992 vor.

Wir freuen uns auf Ihre aussagefähigen  
Bewerbungsunterlagen!

Familie Ruth und Rudolf Pemsel

MARKTPLATZ 15

3250 LYSS

TELEFON 032 84 70 21

51421/77788



HOTEL  
SEEROSE  
am Hallwilersee

5616 Meisterschwanden  
Telefon (057) 27 12 45

Unser Hotel liegt direkt am schönen Hallwilersee und ist ein beliebtes Ausflugsziel. Zur Ergänzung unseres jungen, dynamischen Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung noch folgende Mitarbeiter:

**Chef de service  
Servicefachangestellte(r)**

sowie

**Chef entremetier  
Chef garde-manger**

Fühlen Sie sich angesprochen, dann rufen Sie uns an oder schicken Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns auf Sie.

51404/24317

**Inserieren  
bringt Erfolg!**

## MARCHÉ DE L'EMPLOI



1400 Yverdon-les-Bains  
J.-G. Criblet-Ogiz

engage de suite ou à convenir

## chef de cuisine

Ce poste conviendrait à une personne ayant quelques années d'expérience en qualité de sous-chef ou de chef de cuisine. La Maîtrise de chef de cuisine serait un atout supplémentaire.

Être de nationalité suisse ou détenteur d'un permis C ou B. L'âge idéal serait de 25 à 42 ans.

Aptitudes:

– diriger une brigade de 8 à 12 cuisiniers – organisateur – créatif – dynamique – calculateur.

Entrée en fonction: janvier/février 1993 ou à convenir.

Nous offrons un salaire en conséquence, une place à l'année, une ambiance jeune et dynamique dans un établissement entièrement rénové comptant plus de 500 places.

Pour de plus amples renseignements, prenez rendez-vous au (024) 21 49 95 ou faites nous parvenir votre curriculum vitae, photo, copies de certificats et prétention de salaire. Offre à envoyer à l'att. de M. J.-G. Criblet.

51347/38563



OFFICE DU  
TOURISME

Après plusieurs années d'activité, notre directeur est appelé à relever un nouveau défi dans le secteur privé. Nous cherchons à le remplacer avec effet au 1er février 1993 ou date à convenir.

## DIRECTEUR

Profil souhaité:

- ✓ diplôme (HEC, ESCEA, expert en tourisme) ou expérience équivalente dans les affaires touristiques et de communication
- ✓ langue maternelle française de préférence, avec maîtrise des langues allemande et anglaise evtl. italienne
- ✓ esprit d'initiative marqué, imaginatif et enthousiaste
- ✓ sens développé de l'organisation
- ✓ caractère stable et de contact aisé
- ✓ bonne culture générale et grande disponibilité
- ✓ aptitude à motiver et conduire environ 6 - 8 collaborateurs
- ✓ âge idéal: 28 à 40 ans

Nous offrons:

- activité très variée
- fonction à responsabilités dans le cadre d'une politique définie de l'Office du tourisme
- qualité de vie d'une station de montagne et nombreuses possibilités de loisirs
- des bureaux modernes

N.B. Le directeur sera obligatoirement domicilié dans la commune d'Ormont-Dessus.

Intéressé...? Motivé...?...



Alors faites parvenir votre offre de services manuscrite, avec CV complet et prétentions de salaire à M. Pascal Pittet, président de l'Office du Tourisme des Diablerets, CP 42, 1865 Les Diablerets jusqu'au 25 novembre 1992, dernier délai.

P 51418/213888

## Bien sûr un abonnement! hôtel revue + revue touristique

Nom						
Prénom						
Profession/Position						
Rue et no						
NAP et lieu						
No de téléphone						
	1 an	6 mois	3 mois			
Suisse	<input type="checkbox"/> Fr. 99.-	<input type="checkbox"/> Fr. 60.-	<input type="checkbox"/> Fr. 31.-			
Etranger (par voie de surface)	<input type="checkbox"/> Fr. 135.-	<input type="checkbox"/> Fr. 81.-	<input type="checkbox"/> Fr. 44.-			
Etranger (par avion) Europe, Moyen-Orient	<input type="checkbox"/> Fr. 189.-	<input type="checkbox"/> Fr. 114.-	<input type="checkbox"/> Fr. 62.-			
Etranger (par avion) outre-mer	<input type="checkbox"/> Fr. 268.-	<input type="checkbox"/> Fr. 160.-	<input type="checkbox"/> Fr. 88.-			
<input type="checkbox"/> Cocher ce qui convient						

A découper et envoyer à: hôtel revue + revue touristique, service des abonnements  
case postale, CH-3001 Berne



Nous sommes un restaurant de bonne catégorie, nous nous situons à proximité de la ville de Sion dans un cadre idyllique.

Nous sommes dirigés par la chaîne SEILER HÔTELS ZERMATI S.A., dont le professionnalisme et la réputation ne sont plus à faire.

Nous recherchons pour la saison 1993  
(date d'entrée 10 mars environ)

## un chef de cuisine

- Vous êtes cuisinier, un peu artiste, passionné et travailleur.
- Vous concevez votre métier comme un art, mais vous êtes malgré tout un gestionnaire.
- Vous apprêtez aussi bien les mets de brasserie que les produits nobles.
- Dans la trentaine, souple et disponible, vous êtes un homme de caractère, doté d'une bonne ouverture d'esprit et doué d'un sens des responsabilités.
- Vous serez amené à diriger une équipe d'une quinzaine de personnes, ainsi que de former un apprenti.
- Vous vous êtes toujours senti cette envie de prouver vos qualités, de vous lancer en passant de la théorie à la vraie pratique.

Nous offrons

- les moyens de concrétiser cette envie.
- Tous les avantages d'une chaîne, conditions sociales et salariales intéressantes, possibilité de promotion au sein du groupe, une expérience très enrichissante pour qui sait l'exploiter.

Notre établissement comporte:

- une brasserie terrasse de 180 places
- un restaurant français de 60 places
- des salles et salons pour banquets/conférences de 10 à 250 personnes (principalement mariages et repas de gala).

Au sein d'un team jeune et débordant de dynamisme, notre but, votre but sera la satisfaction d'un travail bien accompli.

Veillez envoyer vos offres complètes avec copies de diplômes et certificats à l'adresse suivante:

Restaurant SEILER «LES ÎLES»  
Promenade des Berges  
Case postale 783  
1951 Sion VS  
Téléphone (027) 36 44 53  
Téléfax (027) 36 44 55

51363/14382

Hôtel-restaurant à Crans-sur-Sierre cherche

## un gérant ou un couple pour exploitation

Nous demandons:

- personne dynamique et responsable cuisinier, diplômé dans l'hôtellerie
- Suisse ou avec permis
- entrée tout de suite ou à convenir

Nous offrons:

- salaire intéressant
- travail indépendant
- logement confortable

Faire offre écrite à fiduciaire Emery, la Croisée, 3963 Crans, ou par téléphone au (027) 43 35 70.

P 51419/4430



\*\*\*\* Eurotel Les Diablerets

Hôtel de première catégorie, 220 lits, dans les Alpes vaudoises, connu pour sa clientèle privée, pour l'organisation de congrès, de buffets et de mariages, ainsi que pour les manifestations sportives qui se déroulent dans la station, cherche à partir de la saison d'hiver 1992/93:

Restaurant:

## Chef de service

Réception:

## Chef de réception

(Suisse ou permis B)

Bonne présentation, connaissance des langues: français, allemand, anglais, âge idéal entre 24 et 28 ans, possédant l'expérience d'un poste similaire, aimant le contact avec la clientèle, connaissance de FIDELIO serait un atout.

Si vous avez le sens des responsabilités et si vous êtes dynamique, faites-nous parvenir vos offres écrites avec curriculum vitae, photo et prétention de salaire à:

EUROTEL LES DIABLERETS  
Chef du personnel  
CH-1865 Les Diablerets  
Téléphone (025) 53 17 21

51322/19828

Lausanne  
MÖVENPICK Radisson  
Hotel

Si vous avez  
- de l'expérience d'un bar  
- un caractère ouvert et  
sympathique  
- de bonnes connaissances des  
langues  
- de la passion pour les cocktails  
- un permis de travail valable

Vous êtes le  
**responsable barman**

que nous cherchons pour notre bar  
d'hôtel le TCHIN TCHIN.

Nous vous offrons:  
- un salaire intéressant  
- des prestations sociales  
favorables  
- un cadre de travail moderne  
- date d'entrée: tout de suite ou à  
convenir

Faire offres par écrit ou téléphoner  
à:

Mme K. Grin, Directrice adjointe  
Hôtel Mövenpick Radisson  
Av. de Rhodanie 4  
1000 Lausanne 6  
Téléphone (021) 617 21 21

61214/235938



**HÔTEL  
VANESSA**

\*\*\*\*

VERBIER SUISSE

Nous cherchons pour la saison  
d'hiver 1992/93

**barman  
chef de rang  
cuisinier  
portier de nuit**

Faire offres par écrit avec curri-  
culum vitae et certificats  
Hôtel Vanessa, 1936 Verbier  
L. Lepper ou (026) 31 61 41

51339/87106



## Bien sûr un abonnement! hôtel revue + revue touristique

Nom \_\_\_\_\_

Prénom \_\_\_\_\_

Profession/Position \_\_\_\_\_

Rue et no \_\_\_\_\_

NAP et lieu \_\_\_\_\_

No de téléphone \_\_\_\_\_

Suisse	<input type="checkbox"/> 1 an Fr. 99.-	<input type="checkbox"/> 6 mois Fr. 60.-	<input type="checkbox"/> 3 mois Fr. 31.-
Etranger (par voie de surface)	<input type="checkbox"/> Fr. 135.-	<input type="checkbox"/> Fr. 81.-	<input type="checkbox"/> Fr. 44.-
Etranger (par avion) Europe, Moyen-Orient	<input type="checkbox"/> Fr. 189.-	<input type="checkbox"/> Fr. 114.-	<input type="checkbox"/> Fr. 62.-
Etranger (par avion) outre-mer	<input type="checkbox"/> Fr. 268.-	<input type="checkbox"/> Fr. 160.-	<input type="checkbox"/> Fr. 88.-

Cocher ce qui convient

A découper et envoyer à: hôtel revue + revue touristique, service des abonnements  
case postale, CH-3001 Berne

## INTERNATIONALER STELLENMARKT · MARCHÉ INTERNATIONAL DE L'EMPLOI

**Wollen Sie für die aktivste Schweizer Hotelgruppe  
in Lateinamerika arbeiten?**

\*\*\*\*\*  
**HOTEL ORO VERDE**  
GUAYAQUIL - ECUADOR

210 Zimmer · 4 Restaurants  
Bar · grosses Bankettangebot

A member of  
*The Leading Hotels of the World*

Wir suchen

**Chef Pâtissier/Bäcker**

Anforderungen:   
• Abgeschlossene Berufslehre  
• 4 Jahre Berufserfahrung  
• Auszubildergeschick und Anpassungsfähigkeit

Eintritt: sofort oder nach Vereinbarung

Verlangen Sie unser Bewerbungsformular  
und/oder senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an:

**OROTELS**  
SWITZERLAND

Orotels Corporation · Genferstrasse 21 · CH-8002 Zürich  
Telefon 01/281 24 24 · Telefax 01/281 24 42

51453/348228

\*\*\*\*\*  
**HOTEL  
EL MESON DEL ANGEL**  
PUEBLA - MEXICO

200 Zimmer · 2 Restaurants  
Bar · sehr grosses Bankettangebot

Wir suchen

**Chef Pâtissier/Bäcker**

Suche im Kundenauftrag für ein  
Gourmetrestaurant (40 Plätze) der  
gehobenen Klasse (1 Stern Miche-  
lin) im Raum Stuttgart dynamische(n)

**Restaurantleiter(in)**  
(25 bis 35 Jahre)

sowie

**Sommelier (-ière)**  
(25 bis 32 Jahre)

Erwartet wird:

- Spass am Beruf
- gutes und sicheres Auftreten
- Motivations- und Organisations-  
fähigkeit
- Koch- und Weinkenntnisse
- Fremdsprachenkenntnisse (nicht  
Bedingung)

Geboten wird:

- angenehmes Arbeitsklima mit  
jungem Team
- 5-Tage-Woche
- gute Bezahlung

Einstellungstermin: 1. Januar 1993.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung,  
deren diskrete Behandlung zugesich-  
ert wird, an:

**Guy Bonnetoit**  
Gastronomie- und Hotelberater  
Drosselweg 2a  
8755 Alzenau-Wasserlos  
Telefon (0 60 23) 10 03-4  
Telefax (0 60 23) 3 03 93

51361/307491

Für unsere 1992 neu eröffnete Ferienanlage an der toskanischen  
Küste, mit italienisch-deutschem Gästekreis, suchen wir für die  
kommende Sommersaison (April bis Oktober):

**Food&Beverage-Manager/  
Stv. Clubchef**

(Jahresstelle)

**Food & Beverage  
Assistant Manager  
Küchenchef  
Sous-chefs  
Chefs de partie  
Restaurant-Chefs  
Bar-Chef  
Empfangschef(in)  
Gouvernante  
Capo Boutique**

Sie bringen mit:  
- fundiertes Fachwissen  
- gute ital. Sprachkenntnisse  
- Einsatzbereitschaft, Kreativität  
- Flexibilität, sich rasch auf neue Anforderungen einstellen  
können

Unser Angebot an Sie:  
- Kost und Unterkunft im Club  
- leistungsgerechte Entlohnung  
- geregelte Arbeitszeit  
- beste soziale Leistungen  
- ungezwungene, sportliche Atmosphäre  
- Nutzung der Freizeiteinrichtungen

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungen an:

**GARDEN CLUB HOLDING**  
Direktion  
Via Parini 2, 20121 Milano/Italia  
Telefon 02/29005272-92  
Fax 02/6599930

51225/351148



**Wichtig!**

5590159  
HOTEL + TOURISTIK REVUE  
ABONNEMENTSDIENST  
POSTFACH

3214

3001 BERN 1 FAECHER

**Vergessen Sie bitte nicht,  
Ihre Kundennummer anzugeben,**

- wenn Sie Ihre Abonnements-Gebühren an uns überweisen,
- wenn Sie uns Ihre neue Adresse mitteilen,
- wenn Ihnen die hotel + touristik revue an Ihren Urlaubsort  
nachgesandt werden soll,
- wenn Sie anderweitige Wünsche an uns haben.

**Sie erleichtern uns damit die Arbeit – und wir  
können für Sie alles noch schneller erledigen.**

**Besten Dank!**

hotel + touristik revue  
Abonnementsdienst  
Postfach  
3001 Bern

**Inserieren  
bringt Erfolg!**

Leben und arbeiten auf einer Trauminsel  
im Mittelmeer!  
Im Frühjahr 1993 wird in einem öster-  
reichischen Feriendorf der leitende Posten  
des

**Hoteldirektors**

neu besetzt.  
Voraussetzungen sind: Ausbildung als  
Hotelmanager, sehr gute Französisch-  
kenntnisse.  
Alter: zwischen 30 und 45 Jahren.  
Die schriftliche Bewerbung mit Lichtbild,  
Lebenslauf und Zeugnissen richten Sie  
bitte an folgende Kontaktadresse:  
Medien Service Schmid  
A-5301 Eugendorf, Schaming 54

51357/256200

**Cap d'Agde,**

Restaurant direkt am Meer.  
April-Oktober

Wer hat Interesse, seine

**Kochkünste**

voll einzusetzen? W/m, Fahr-  
ausweis, Erfahrung im Gastgewerbe  
Bedingung.

Zuschriften unter Chiffre 51410 an  
hotel revue, 3001 Bern.

51410/334391

**Ich habe nur für eine wirk-  
liche Fachzeitung Zeit.**



**Die führende Schweizer Fachzeitung  
für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus  
und Freizeit gibt's im Abonnement –  
Frau Wyler freut sich auf Ihren Anruf.  
Telefon (031) 50 72 22 –  
oder jede Woche an jedem Kiosk.**

STELLENGESUCHE · DEMANDE D'EMPLOI

33jährige Schweizerin sucht Stelle in Zermatt, Winter 1992/93, als  
**Praktikantin**  
in Hotel, Touristen- und Reiseinformation, Erfahrung mit Telefonempfang, Beratung und Management, Sprachen: F, Sp., E.  
Freue mich auf Ihr spezielles Angebot unter Telefon (032) 25 45 72.  
51414/351733

Suche Stelle in Zermatt, Winter 1992/93, Schweizer, 30 Jahre, mit Sprachen: Sp. und E, vielseitiger Handwerker, Fahrradweiss B  
**Allrounder**  
als Portier, Lieferdienst, Hauswart usw. Freue mich auf Ihr spezielles Angebot unter Telefon (032) 25 45 72.  
51412/351733

35j. PC-Spezialist (Analyse & Programmierung) sucht interessanten  
**Job irgendwelcher Art ...**  
über die Wintersaison in den Bergen.  
Offerten unter Chiffre 51338 an hotel revue, 3001 Bern.  
51338/351512

**Dipl. Masch.-Ing. HTL/STV, 53j.**, mit mehrjähriger Erfahrung als:  
- Bereichsleiter Engineering (Technik und Vertrieb, Textilmaschinen)  
- Leiter Verkaufsadministration und techn. Beratung (Waschanlagen für Gastronomie, Industrie usw.)  
- Betriebsleiter techn. Dienst (Textilveredelung)  
sucht  
**neue Herausforderung**  
als Leiter techn. Dienst in Spital, Heim, Hotel(kette), Industriebetrieb oder als Projektleiter in Fabrikationsbetrieb oder Planungsbüro.  
Offerten unter Chiffre 51336 an hotel revue, 3001 Bern.  
51336/351539

CH-Paar, Mitte 30 (D, E, F, I), Hotelfachschuldiplom, mit mehrjähriger Restaurations- und Hotelerfahrung, sucht neuen Wirkungskreis ab Frühjahr 1993 oder nach Übereinkunft als  
**Geranten/Direktion**  
Offerten unter Chiffre 51436 an hotel revue, 3001 Bern.  
51436/351820

Suche per sofort oder nach Übereinkunft Stelle als  
**Chef de service Chef-Stellvertreterin**  
Bin Schweizerin und habe mehrjährige Erfahrung im A-la-carte- und Bankettservice.  
Offerten unter Chiffre 51368 an hotel revue, 3001 Bern.  
51368/350117

Junger, dynamischer und ideenreicher Mann, 33 Jahre alt, 15 Jahre Erfahrung in der Erlebnisgastronomie (Discotheken, Tanzklubs, Bars und Pilsstuben); selbständig sowie angestellt in den verschiedensten Positionen sucht  
**neuen Wirkungskreis**  
in der Schweiz.  
Kontaktannahme unter A. J. Jakob  
Im Weinfurth 6  
D-6478 Nidda 1  
Telefon Deutschland 0 60 43/48 95  
51370/351636

**Wo ist**

**Gute Ausbildung, Initiative, Flexibilität und viel Durchsetzungsvermögen ...**  
... besitze ich bereits. Was ich jetzt dringend brauche, ist die vielgepreisene **Herausforderung!**  
Schweizer, 28, KV-Abschluss und Absolvent Hotelfachschule Belvoirpark, Zürich; Sprachen D/E/F und mehrjähriger administrativer Erfahrung (trotzdem kein Theoretiker), aber auch mit Service- und Küchenpraktika, sucht ab Februar 1993 oder nach Vereinbarung eine Stelle als  
**F&B-Assistent**  
evtl. auch im Rahmen eines F&B-Praktikums.  
Offerten unter Chiffre 51337 an hotel revue, 3001 Bern.  
51337/351520

Schweizer, 39, Diplom EH Lausanne, mit Restaurations- und Hotelerfahrung im In- und Ausland, (Sprachen D, F, E, I) sucht neuen Tätigkeitsbereich als  
**F & B, kaufm. Leiter Direktor**  
in einem grösseren Hotel- oder Restaurationsbetrieb in Zürich oder Graubünden. Auslandsentsätze für Schweizer Firmen möglich (Europa).  
Grosse Erfahrung in F & B, Controlling, Rechnungswesen und Budgetierung, Arbeitsorganisation und Personalführung.  
EDV-Anwendungen und Erstellen von eigenen Programmen (Mehrpflanzsysteme in Grossbetrieben und PC DOS) sind für mich kein Fremdwort.  
Offerten bitte unter Chiffre 51035 an hotel revue, 3001 Bern.  
51035/337331

**Cuisinier**  
nationalité italienne, cherche place pour saison d'hiver dans hôtel-restaurant. Longue expérience. Ayant travaillé en Suisse.  
Ecrire sous chiffre P 36-47614 à Publications, 1920 Martigny.  
P 51417/4430

Réceptionistin, 29 J., Französin, F/E, mit Diplom der Hotelfachschule, Erfahrung im Service und besten Referenzen (Hilton, Conrad Hotels), sucht auf sofort oder nach Übereinkunft Stelle als  
**Réceptionistin**  
eventuell auch Mithilfe im Service.  
Bewilligung müsste besorgt werden.  
Gerné erwarte ich Ihren Anruf: (028) 27 29 76 (Fr. Hodje verlangen).  
51371/351458

Suchen Sie eine kontaktfreudige Sekretärin?  
Wiedereinsteigerin mit positiver Arbeits- und Lebenshaltung sucht  
**50%-Praktikumsstelle**  
in Zürich oder Umgebung. Fliessend D/F/I und E.  
Telefon (01) 261 58 23  
51458/351857

Gesucht von Kellner/Koch, 27, mit WP A, 10 Jahre im Beruf, neue Aufgaben als  
**Oberkellner CdS. oder Gérant**  
Bevorzugt Region Brugg, Baden, Limmattal. Eintritt per 1. 2. 1993 oder nach Vereinbarung. Offerten unter Chiffre 51369 an hotel revue, 3001 Bern.  
51369/351610

Nach dreizehnjähriger Selbständigkeit suche ich baldmöglichst eine neue Herausforderung als  
**Gerant Geschäftsführer oder Geschäftsführer-Assistent**  
Ich bin Schweizer, 41 Jahre alt und im Besitze des Luzerner Fähigkeitsausweises.  
Ich bin nicht ortsgebunden, würde jedoch die Innerschweiz bevorzugen.  
Ich freue mich auf Ihre Offerte oder Ihren Anruf.  
Bruno Piemontesi  
Stollbergstrasse 40  
6003 Luzern  
Telefon (041) 22 50 17  
51435/351806

**Pianist, Entertainer**  
modern, aktuell, Piano-Solo, guter Gesang (auch Elektronik) für Bar, Halle, Restaurant (Dancing).  
Folgende Termine sind noch frei: Winter 1992/93, Vorsaison bis 19. 12. 1992 und März 1993 bis Ostern.  
Telefon 0049/781 75880 (D)  
Fax 0049/781 71709  
51178/34548

**31 jährige Gastronomiefachfrau**  
mit Führungserfahrung und kaufmännischer Praxis, zahlenorientiert, EDV-Anwenderin, sucht neuen Wirkungskreis im administrativen Bereich.  
Raum Bern-Freiburg.  
Offerten unter Chiffre 51371 an hotel revue, 3001 Bern.  
51371/351601

CH, 33j. (D, E, F, I), Hotelfachschuldiplom, mit mehrjähriger Restaurations- und Hotelerfahrung im In- und Ausland, sucht neuen Tätigkeitsbereich als  
**Geschäftsführer/Direktor**  
auf Frühjahr 1993 oder nach Übereinkunft.  
Offerten bitte unter Chiffre 51437 an hotel revue, 3001 Bern.  
51437/351830

Nach sechsjähriger Selbständigkeit suchen wir eine neue Herausforderung als  
**Geranten-Ehepaar Geschäftsführer oder Oberkellner/ Chef de service**  
Wir sind Schweizer, 49 Jahre, mit allen Aufgaben eines Hotel/Restaurationsbetriebes bekannt.  
Nicht ortsgebunden, Stadt oder Kanton Bern bevorzugt.  
Wir freuen uns auf Ihre Offerte oder Anruf.  
T. & E. Dudler  
Hauptstrasse 72  
3855 Brienz  
Telefon (036) 51 24 12  
51060/5873

Initiativer, fachkompetenter und qualitätsbewusster  
**Hotelier/Direktor**  
(SHL, 35jährig, CH)  
sucht auf den Frühling 1993 seinen neuen Wirkungskreis in der Hotellerie, Gastgewerbe oder Tourismusbranche. Region Deutschschweiz, GR, TI.  
Offerten unter Chiffre 51366 an hotel revue, 3001 Bern.  
51366/34546

**mein neuer**

Personalvermittlung für das Gastgewerbe.  
Wir vermitteln laufend freundliche Österreicher, Dänen und Deutsche:  
**Kellner(innen) Barmädchen Köche Zimmermädchen Réceptionistinnen**  
**Achtung!** Wir nehmen auch gerne Ihre Bestellung für die Fasnacht entgegen.  
Wir freuen uns auf Ihren Anruf.  
Telefon (071) 31 22 40  
Fax (071) 31 22 41  
51332/342831

**Gerantenehepaar**  
in ungekündigter Stellung sucht eine neue  
**Herausforderung**  
in kleinerem Hotel- oder grösserem Restaurationsbetrieb. Wir haben grosse Erfahrungen in:  
Er: gelernter Koch, Einkauf, Aktionen planen und Büro;  
Sie: Service, Einkauf, Personalführung und Gästebetreuung.  
Wir freuen uns auf Ihre Offerte unter Chiffre X 232-5932 ofa, Orell Füßli Werbe AG, Postfach, 7270 Davos Platz.  
O 51352/199176

**Job?**  
**Bereich: Vizedirektion, Geschäftsführung, DA, Personalführung.**  
**061-61 21 08**

Studentin der Hotelfachschule Luzern sucht per sofort  
**Stelle als Direktionsass./ Aide du patron**  
Sprachen: D/F/E/I.  
Offerten unter Chiffre 51409 an hotel revue, 3001 Bern.  
51409/328231

Qualifizierter, jüngerer Schweizer Vollbluthotelier aus meinem Freundeskreis **sucht eine neue Herausforderung** als  
**Hoteldirektor**  
Diplom SHV/VDH, stark in F & B und Marketing. Eintritt nach Übereinkunft.  
Kontaktadresse:  
Emil Pfister, dipl. Hotelier SHV/VDH  
Loestrasse 84, 7000 Chur  
Telefon + Fax (081) 27 15 49  
(Diskretion Ehrensache)  
51428/257290

Junger, dynamischer, innovativer und führungsgewandter Hotelier sucht ab Frühjahr 1993 oder nach Vereinbarung neue Herausforderung als  
**Gesamtverantwortlicher oder Pächter** eines Hotelbetriebes  
Geboten werden:  
Erstausbildung als Koch in erstklassigem Haus, mehrjährige Tätigkeit in bekanntem Unternehmen, Hotelfachschule, Leitung eines grossen Hotels, erstklassige Referenzen.  
Interessenten, welche Kontakt zu einem natürlichen, von seinem Beruf erfüllten Fachmann suchen, werden gebeten, sich unter Chiffre 51438 an hotel revue, 3001 Bern.  
51438/27103

**hotel + touristik revue**  
**Günstiger im Abonnement!**

Name \_\_\_\_\_  
Vorname \_\_\_\_\_  
Beruf/Position \_\_\_\_\_  
Strasse/Nr. \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort \_\_\_\_\_  
Telefonnummer \_\_\_\_\_

Inland	1/1 Jahr	1/2 Jahr	1/4 Jahr
Ausland (Landweg)	<input type="checkbox"/> Fr. 99.-	<input type="checkbox"/> Fr. 60.-	<input type="checkbox"/> Fr. 31.-
Ausland (Luftpost) Europa, Nahost	<input type="checkbox"/> Fr. 135.-	<input type="checkbox"/> Fr. 81.-	<input type="checkbox"/> Fr. 44.-
Ausland (Luftpost) Übersee	<input type="checkbox"/> Fr. 189.-	<input type="checkbox"/> Fr. 114.-	<input type="checkbox"/> Fr. 62.-
<input checked="" type="checkbox"/> Zutreffendes bitte ankreuzen	<input type="checkbox"/> Fr. 268.-	<input type="checkbox"/> Fr. 160.-	<input type="checkbox"/> Fr. 88.-

Bitte ausschneiden und einsenden an: hotel + touristik revue, Abonnementdienst  
Postfach, CH-3001 Bern