Zeitschrift: Hotel- + Touristik-Revue
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 101 (1993)
Heft: 50

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: 31.08.2025

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

Nr./no 50
16. Dezember/16 décembre 1993

101. Jahrgang/101e édition
Einzelnummer/le numéro Fr. 3.–
AZA 3001 Bern/JAA 3001 Berne
Redaktion, Verlag Tel.: 031 370 42 22
Fax: 031 372 23 95

mit 101 Stellenangeboten

hotel+ touristik revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

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

HOTEL·TOURISMUS

Moskau – Zentralschweiz 3
Die Russen kommen: Ab Januar 1994 fliegt die Aeroflot wöchentlich russische Wintersportler in die Zentralschweiz.

Erstes Snowboard-Hotel 5
Fetziger Sound und Aktion: Das Davoser Snowboard-Hotel Bogenschanze nimmt die Snowboarder ernst.

F & B · TECHNIK

No-Shows in den Hotels 7
No-Shows sind für den Hotelier ein heikles Problem. Ein SHV-Jurist und fünf Hoteliers zur «Theorie und Praxis».

Öko-Teppich 10
Umweltfreundliche Mindestnormen für Bodenbeläge: Eine freiwillige Branchenaktion.

TOURISTIK·REISEN

Baumolino: günstiger 11
Baumeler, mit Wanderferien grossgeworden, geht mit der Zeit. Und schafft eine neue Produktelinie.

Natur, die rentiert 14
130 Länder kennen geschützte Zonen, meist Nationalparks. Die «Bodenrendite» ist, dank Tourismus, hoch.

HOTEL·TOURISME

JO: avantage Valais 15
Le match olympique Berne-Vaud-Valais tourne à l'avantage du Valais. Et si la solution venait de la complémentarité?

Snowboard chéri 16
Perçus d'abord comme des perturbateurs, les adeptes du snowboard deviennent les enfants chéris des stations.

SHV·SSH·SSA

Weichen für 1994 gestellt 19
Die Präsidenten der Kantonalverbände und Sektionen sagten ja zu Budget und Verbandsprogramm 1994 des SHV.

Wichtige Daten 19
Die SFG hat die Daten für Lehrmeister- und Berufsprüfungs-Vorbereitungskurse ausgearbeitet.

Etude de comportement

La restauration sur le gril

Le client de restaurant est un personnage aussi exigeant qu'imprévisible. Pourquoi choisit-il tel restaurant plutôt qu'un autre? Quels sont les critères qui déterminent et influencent son comportement? Pour le savoir, une année durant, en Romandie, des spécialistes ont passé la restauration au crible.

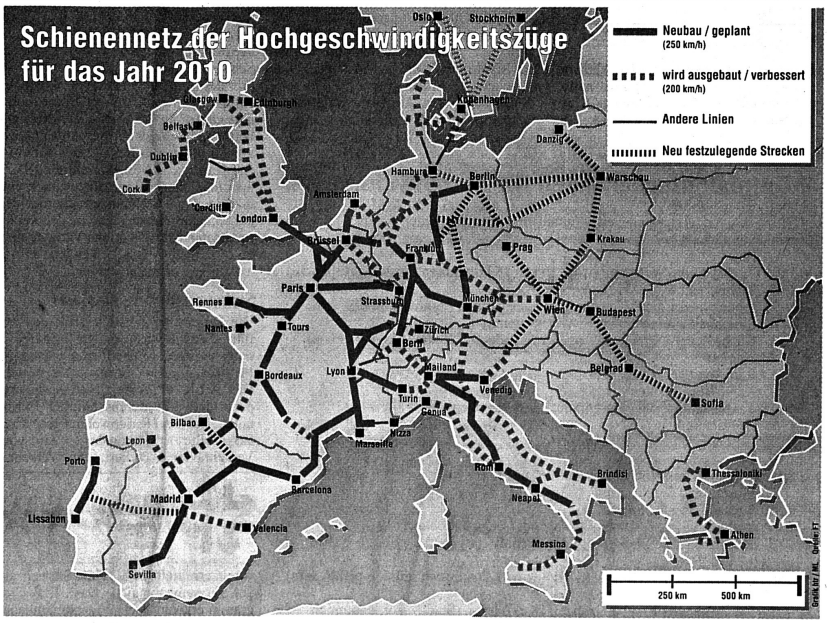
Pourquoi fréquente-t-on les restaurants? Pour se nourrir? pour bien manger? pour afficher son prestige social? Il y a probablement un peu pour tout cela. L'Ecole hôtelière de Lausanne a voulu en avoir le coeur net. Elle a donc profité de son centenaire pour commander une étude à ce sujet. Une année durant, une équipe de l'EPFL s'est donc mise au travail pour tenter de cerner le profil psychologique et les attentes du client de restaurant. But de l'opération: fournir aux restaurateurs des instruments de gestion pour assurer la satisfaction optimale du consommateur. Ce n'est pas facile, notamment pour les établissements de classe moyenne qui éprouvent généralement passablement de difficultés à imposer leur style et à trouver leur «niche marketing».
Les auteurs de l'étude sont catégoriques: seule une démarche vers la qualité totale peut les sortir de l'ornière. Certes, tout le monde ne s'appelle pas Girardet. Et pourtant… Un restaurant de bonne qualité n'est-il pas un établissement d'où le client ressort satisfait, tout simplement? Encore faut-il connaître la recette qui assure à coup sûr la satisfaction d'un client dont l'humeur est aussi instable qu'imprévisible… **Page 15**

SVZ-Marktinformation

Länderbulletins neu konzipiert

Die Schweizerische Verkehrszentrale investiert mehr in ihre Marktforschung. Das Budget für die Marktforschung wurde mehr als verdoppelt auf 250 000 Franken. Die Marktforschung ist neu ausgerichtet worden. Der bisherige, jährlich erscheinende Lagebericht der SVZ wird ersetzt. Mit benutzerfreundlich aufbereiteten Länderbulletins und -berichten hat die SVZ eine neue Dienstleistung lanciert. Die einen beinhalten Kurzinfos, während die anderen ausführliche Studien mit mehr Marktdaten, Trends und weniger nackte Zahlen beinhalten. Schon im kommenden Jahr werden Seminare sowie Trend- und Ideenbörsen folgen. Damit will sich die SVZ verstärkt an den konkreten Bedürfnissen des Schweizer Tourismus orientieren. Damit sie kostendeckend arbeiten kann, wird die SVZ für ihre neue Dienstleistung ab 1995 einen noch zu bestimmenden Betrag verrechnen müssen. **Seite 4**

Infrastruktur-Ausbau



Goldenes Bahn-Zeitalter in Europa

In Europa wird überall an Hochgeschwindigkeitslinien gebaut. Doch in der Schweiz setzt man politisch den Rotstift an die grossen Bahnprojekte an. Im Schweizer Bahn-Veranstaltergeschäft vollzieht sich die Konzentration im Hinblick aufs Europageschäft, nicht auf die Schweiz selbst! Kuoni hat sich letzte Woche die Stimmenmehrheit bei der Berner Railtour gesichert (Umsatz rund 50 Millionen Franken). Kuoni setzt für den 600-Kilometer-Radius rund um die Schweiz auf die Bahn als Ergänzung zum Flugverkehr, und das sowohl im Freizeit- als auch im Commercial-Geschäft. Die Deregulierung auf der Schiene wird die Reise-Industrie künftig fordern. **Seite 13**

Gastro-Konjunkturbarometer

Champagner wieder im Kommen

Einer der spezifischen Konjunkturbarometer im Luxus-Food & Drink-Bereich, das Champagnervolumen, zeigt seit Mitte des Jahres eine Verbesserung des Konsumklimas an. Denn der Export in die Schweiz steigt. Auch bei den als Feinindikatoren gehobenen Konsums bekannten «Parallelprodukten» Kaviar und (Wild)Lachs sieht es besser aus.

RICCARDA SCHÖN

Seit Juni verzeichnet das Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne mit Freuden wieder steigende Champagner-Verkäufe in die Schweiz. Im Juni exportierte man satte 42 Prozent mehr Schaumwein nach Helvetien als im gleichen Vorjahresmonat. Dieser positive Trend setzte sich in den folgenden Monaten fort. Statistisch dürfte man also eine sich endlich abzeichnende Trendwende vermuten. Da zum Jahresende das Champagner-Geschäft üblicherweise noch einmal anzieht, rechnet man wieder mit Verkaufszahlen wie sie noch 1991 die Kassen klingeln liessen.
Somit wäre 1992, als nur noch 214 Millionen Flaschen verkauft wurden, als Talsohle identifiziert und überwunden. Zur Erinnerung: Im Rekordjahr 1989 waren es 249 Millionen Flaschen gewesen. Gleichzeitig überschritten damals die Flaschenpreise die 30-Franken-Hürde, was dem überhitzten Markt die Spitze nahm. Seit Jahresbeginn 1993 sanken die Preise und nun steigt der Konsum wieder.

Klaviatur bei Kaviar

Auch die anderen Food&Drink-Luxusartikel wie Lachs und Kaviar scheinen wieder gefragter zu sein. Nicht ganz mit früher vergleichbar ist allerdings die Kaviarsituation: Seit dem Auseinanderbrechen der Sowjetunion spielen viele junge Republiken auf der eigenen Klaviatur ihres lokalen Kaviars, was das Angebot zwar erhöht, die Qualität aber nicht unbedingt. An die neuen Ursprungsbezeichnungen Turkmenistan, Aserbeitschan oder Kasachstan werden sich Kaviar-Esser gewöhnen müssen.

Nicht einfach nur Lachs

Lachs wiederum hat den Nimbus des Luxusprodukts verloren. Dafür gibts nun teuren Wildlachs. Doch der hält nur fünf Prozent des gesamten Schweizer Lachskonsums in der Gastronomie. Preislich hängen die beiden Arten voneinander ab: Fallen die Wildlachsfänge schlecht aus, steigt in der Folge der Preis für Zuchtlachs. Momentan ist das der Fall.
Seite 7

STRICTEMENT RÉSERVÉ À LA GASTRONOMIE SUISSE

LANSON
BLACK LABEL
CUVÉE

DIWISA IMPORTATEUR DIWISA CH-6130 WILLISAU TEL. 045 81 18 15 FAX 045 81 39 05

Ferienwohnungs-Klassifikation

Sternensegen wertet Schweizer Parahotellerie auf

Mit der vom Schweizer Tourismus-Verband ausgearbeiteten Ferienwohnungs-Klassifikation setzt die Schweiz in Europa neue Massstäbe. Die Klassifikation basiert auf einer einfachen Selbsteinstufung der Ferienwohnungsbesitzer.

SUSANNE RICHARD

Bevor der Schweizer Tourismus-Verband (STV) mit der Ausarbeitung einer national anwendbaren Ferienwohnungs-Klassifikation begann, klärte er in Brüssel ab, ob für die Europäische Union (damals EG) keine einheitliche Ferienwohnungs-Klassifikation geplant sei. Dann ergriff er im Auftrag der Regionaldirektorenkonferenz die Initiative. Jetzt stellt der STV in Bern die auf Sternen basierende, bereits getestete Ferienwohnungs-Klassifikation vor.

«Von der Realisierung der Ferienwohnungs-Klassifikation verspricht man sich eine Qualitätssteigerung und mehr Transparenz für den Gast,» erläutert *Elisabeth Kaufmann*, Pressesprecherin des Schweizer Tourismus-Verbandes und Mitglied der Arbeitsgruppe. Damit soll dem wachsenden Angebot von Ferienwohnungen und den merklich gestiegenen Ansprüchen der Gäste Rechnung getragen werden. Zudem will man die Ferienwohnungen gezielter den Bedürfnissen der Gäste anpassen.

Fehlende Lobby

Die Parahotellerie erhofft sich auch einen Imagegewinn für ihre Branche, die - trotz ihrer wirtschaftlichen Bedeutung - etwas im Schatten der Hotellerie steht (siehe Kasten). «Der Parahotellerie fehlt in der Schweiz eine Lobby», unterstreicht *Werner Bernet*, stellvertretender Direktor der Schweizer Reisekasse (Reka), einem der grössten Anbieter von Ferienwohnungen auf dem Schweizer Markt. Bernet hofft, dass «die graue Maus Parahotellerie endlich etwas farbiger und attraktiver wird». Statt in 4- und 5-Stern-Hotels solle die Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ) die eingeladenen Journalisten auch einmal in Ferienwohnungen übernachten lassen, wünscht er sich. In der verabschiedeten Klassifikations-Variante sieht er zwar noch Mängel, aber jetzt müsse ein Anfang gemacht werden.

Selbsteinstufung als Basis

Die Ferienwohnungs-Klassifikation beruht - aus Kostengründen - auf einer Selbsteinstufung der Ferienwohnungs-Besitzers beziehungsweise -verwalter. Das Ausfüllen eines Erhebungsbogens dauert laut STV durchschnittlich 10 Minuten. Der vom Ferienwohnungsbesitzer ausgefüllte Erfassungsbogen wird vom Verkehrsverein codiert. Der Verkehrsverein ermittelt via EDV die Sternenzahl der Ferienwohnung. Das EDV-Programm erkennt auch Widersprüchliches und macht auf allfällige Ungereimtheiten aufmerksam. Die Software wird zum Selbstkostenpreis abgegeben.

Sind Gäste mit der Klassifikation einer Ferienwohnung nicht einverstanden, so wenden sie sich in erster Instanz an den lokalen Verkehrsverein. Die nächste Instanz ist der regionale Tourismusverband. Kommt es zu keiner Einigung, so kann eine noch zu bildende Kommission beim Schweizer Tourismus-Verband angerufen werden.

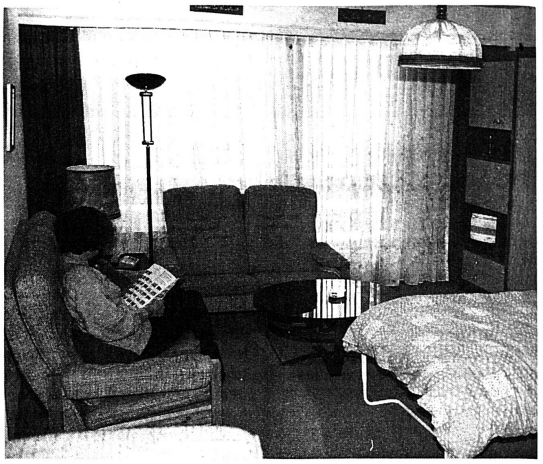
Ermutigende Erfahrungen

Als einer der ersten Orte hat Saas-Fee seine Ferienwohnungen klassifiziert und in der im Juni erschienen «Chaletliste 1993/94» publiziert. Die Klassifikation ist freiwillig, aber für diejenigen zwingend, die das Saas-Feer Gütesiegel «Q for you» für ihre Ferienwohnung anstreben.

Nach der Wintersaison werden die Reaktionen der Gäste ausgewertet werden. Bereits positiv reagiert haben die Einheimischen. Dazu *Dres von Weissenfluh*, Kurdirektor von Saas-Fee: «Die Klassifikation bringt mehr Transparenz in die Parahotellerie. Jetzt gibt es endlich Anhaltspunkte für den gerechten Preis einer Ferienwohnung.» Dank objektiver Kriterien werde das Gemunkel im Dorf über «gerechtfertigte und ungerechtfertigte» Ferienwohnungspreise gegenstandslos.

Verschiedene Anbieter, die nur einige ihrer Ferienwohnungen klassifiziert haben, merken bereits, dass die klassifizierten tatsächlich stärker gefragt sind.

Auch bei der Reka, deren 920 Ferienwohnungen im Prospekt 1994 klassifiziert sind, zeigt die Klassifikation die erwünschte Wirkung: Die Ferienwohnungsanbieter lassen sich beraten, mit welchen Massnahmen ihre Wohnung in ein höherklassiges Segment rutschen kann.



Mit Klappbetten im Wohnzimmer sind gemäss STV-Klassifikation keine 4-Sterne mehr erreichbar (Appartementhäuser «I dr Rehwiesa», Arosa).
Foto: Stefan Renggli

Minimalanforderungen für Ferienwohnungen

Die im Folgenden angegebenen Minimalanforderungen gelten für die einzelnen Sternkategorien als Minimalnormen:

****STV **Erstklass-Wohnung (7 M; 10 von 15 Positionen müssen erfüllt sein)**
M 1. Möblierung so gut wie neu
M 2. Wohnzimmer dient nicht als Schlafgelegenheit (Studios und Ein- und Eineinhalbzimmerwohnungen ausgenommen)
3. Küche gemäss Erhebungsbogen 18 a) oder b) (Studios ausgenommen)
4. Telefon
M 5. Radio und Fernsehapparat
6. Keine Etagenbetten
M 7. 1 Badezimmer oder Duschraum pro 4 Personen
M 8. Kühlschrank
9. Geschirrspüler (ab 4 Personen)
M 10. Bettwäsche eingebettet
11. Toiletten- und Küchenwäsche vorhanden
12. Wasch- und Trockenraum
13. 1 reservierter Parkplatz*
M 14. Balkon, Terrasse, Gartensitzplatz oder Loggia möbliert
15. Hallen- oder Freibad in der Liegenschaft

***STV **Mittelklass-Wohnung (5 M; 8 von 11 Positionen müssen erfüllt sein)**
M 1.Gepflegte Möblierung
2. Küche gemäss Erhebungsbogen 18 a) oder b) (Studios ausgenommen)
3. Telefon in der Wohnung oder Sprechstation im Haus oder Liegenschaft
4. Radio oder Fernsehapparat
M 5. Kühlschrank
M 6. Bettwäsche vorhanden
7. Toiletten- und Küchenwäsche vorhanden
8. Wasch- und Trockenraum
9. Parkplatz*
M 10. Balkon, Terrasse, Gartensitzplatz oder Loggia möbliert
M 11. Badezimmer oder Duschraum

STV **Standard-Wohnung (3 M; 4 von 5 Positionen müssen erfüllt sein)
M 1. Zweckmässige Möblierung
M 2. Kühlschrank
3. Bettwäsche vorhanden
4. Balkon, Terrasse, Gartensitzplatz oder Loggia möbliert
M 5. Badezimmer oder Duschraum

*STV **Einfache Wohnung (1 M; 2 von 4 Positionen müssen erfüllt sein)**
1. Einfache Möblierung
2. Kühlschrank
M 3. Badezimmer oder Duschraum
4. Bettwäsche vorhanden

M = Bedingung
* = Autofreie Orte: Parkplatz an der Talstation oder am Ortsrand

Wichtiges wirtschaftliches Potential

Die Zahl der touristisch genutzten Zweitwohnungen («Ferienwohnungen) ist laut Schätzungen des Schweizer Tourismus-Verbandes zwischen 1960 und 1990 von weniger als 60 000 auf rund 260 000 Wohnungen geklettert. In den Nachbarländern Österreich und Deutschland sind die Angebote mit rund 250 000 und 200 000 Ferienwohnungen noch vergleichbar. Ganz anders in den Mittelmeerländern* Frankreich, Spanien und Italien, die mit hohen Wachstumsraten bereits Ende der 80er Jahre rund 37 Millionen Ferienwohnungsbetten auf den Markt brachten.

Laut einer 1985 gemachten Studie** des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit (Biga) wurden für rund 250 000 Ferienwohnungen in der Schweiz eine Bruttowertsschöpfung von 1,985 Milliarden Franken erwirtschaftet. Der Anteil am Bruttoinlandprodukt beläuft sich damit auf 1 Prozent, was gleichzeitig einem 10-prozentigen Beitrag zur touristischen Wertschöpfung entspricht. Das Investitionsvolumen für Neu- und Umbauten von Zweitwohnungen wurde auf 1,6 Milliarden Franken geschätzt.

Der Stellenwert der Zweitwohnungen in einer Tourismusregion kann dank der detaillierten Studie in der Region Mittelbünden*** noch genauer dokumentiert werden: Dort entfielen von der touristischen Gesamtnachfrage von ca. 250 Millionen Franken rund 43 Prozent oder 108 Millionen Franken auf den Zweitwohnungssektor (Hotelgäste 91 Millionen Franken). *SR*

* Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) an der Universität Bern, Ferienwohnungsmarkt bis ins Jahr 2002 am Mittelmeer und in den Alpen, Zürich, Mai 1990.

** Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit (Biga), Wertschöpfung des Tourismus in der Schweiz, Bern 1991.

***Regionalverband Mittelbünden und Verkehrsverein Albula-Surmeir, Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Region Mittelbünden, Chur. April 1993.

REKLAME

Hotelzimmer perfekt eingerichtet

Victoria® DESIGN

Senden Sie uns bitte Ihre umfassende Dokumentation.

Name:

Adresse:

PLZ/Ort:

HR 93

Bitte einsenden an:
Victoria-Werke AG, Möbelfabrik, 6340 Baar
Tel. 042-33 15 51, Fax 042-31 93 00

SWISSORAMA

Berner Oberland

Im Skigebiet Mürren-Schilthorn wird durch zwei neue Anlagen auf über 2 000 Metern über Meer die Schneesicherheit des Gebiets verbessert. Damit wird **Mürren wintersicherer.** Die Sesselifte «Muttleren» und «Kandahar» werden am 10. Dezember den Betrieb aufnehmen. Als Novität wird ein 15 Meter langer Rollteppich installiert, auf dem Skifahrer mit der halben Liftgeschwindigkeit möglichst sanft vom Sessel gleiten können. *PG*

Zentralschweiz

Der Bundesrat will den **Schutz für Go-go-Girls verbessern** und mit Sofortmassnahmen auf die Missstände bei der Beschäftigung von Tänzerinnen aus der Dritten Welt und Osteuropa reagieren. Dieser Erfolg ist dem Schwyzer Ständerat *Bruno Frick* zuzusprechen, der interveniert hatte. Ausgelöst hatte dies offensichtlich ein Vorfall in Fricks Heimatkanton. Das Schwyzer Verwaltungsgericht hatte vor Jahresfrist einem Dancing in Seewen die Bewilligung für Auftritte von Go-go-Girls aus der dritten Welt verweigert. Das Bundesgericht jedoch hiess die Beschwerde des Dancingbesitzers mit dem Hinweis auf die Handels- und Gewerbefreiheit gut. Zum Verstoss von Sitte und Anstand müssten andere gesetzlichen Grundlagen geschaffen werden. Regierung und Verwaltungsgericht hatten die menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen, nicht aber die Stripteaseaufführungen generell beanstandet.

Der Bundesrat ordnete nun verschärfte Kontrollen der Nachtlokale durch die Polizei an und wies die Konsulate an, die Ausreisevisa den Frauen nur persönlich zu übergeben. *VY*

*

Das im Frühjahr 1993 von *Kurt H. Illi*, Direktor des Verkehrsvereins Luzern, lancierte **touristische Forum Luzern «Club 2000» zeitigt erste Erfolge**. Dem Verkehrsverein wurde ein Check in der Höhe von 50 000 Franken übergeben. Der «Club 2000» besteht aus dem Tourismus nahestehenden Personen und Firmen, die jährlich einen Beitrag von 2000 Franken zur Unterstützung der touristischen Arbeit in der Stadt Luzern leisten. *VY*

*

Nach wie vor überzeugt von der Realisation eines Golfplatzes in Flühli LU ist der Verkehrsverein Sörenberg. An seiner Generalversammlung wurde deutlich, dass sich die Verantwortlichen mit dem Bau eines **Golfplatz** einen **qualitativen Aufschwung in den Orten Sörenberg und Flühli** versprechen. Aber: Man sei sich der enormen Konkurrenz an geplanten Golfplatzprojekten in der Zentralschweiz bewusst. Laut *Theo Schnider*, Verkehrsdirektor Sörenberg und Präsident des Fördervereins Golfplatz, könne bei planmässiger Erledigung der Einsprachen an einer ausserordentlichen Gemeindeversammlung vom 25. Januar 1994 in einem zweiten Anlauf über die notwendige Umzonung abgestimmt werden, schreiben die Luzerner Neusten Nachrichten. Verkehrspräsident *Willi Kuster* zeigte sich überzeugt, zudem mit einem Hallensportangebot die Anzahl Übernachtungen steigern zu können. *VY*

Zürich

Mit einem **Tramcafé am Limmatplatz** wollen die Verkehrsbetriebe der Stadt Zürich VBZ ihren Fahrgästen sowie den Quartierbewohnern eine zusätzliche Dienstleistung bereitstellen. Zum Betrieb des jeweils von Montag bis Samstag von 6 bis 23 Uhr geöffneten Cafés haben die VBZ und Vertreter der Belcafé AG einen Vertrag mit fünfjähriger Laufzeit abgeschlossen. Das Gastrounternehmen wird zur Realisierung des Projekts eine für den Betrieb verantwortliche, eigenständige Firma, die Tram-Café AG, gründen. *MM*

Ostschweiz

Unter dem Slogan «Das isch ds Zäni!» probten die **vier Glarner Wintersportorte Braunwald, Elm, Filzbach und Schilt** engere Zusammenarbeit im Tourismusmarkt. Unter der Regie von *Ursula Seliner*, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Glarnerland, organisierten die vier Ski-Stationen Ende November eine **Werbeaktion** in der Autobahnraststätte Niederurnen, die mit Pistenfahrzeug, Skiservice-Demos, Schneemännern, Displays usw. auf Wintersport getrimmt wurde. Im Zentrum der Veranstaltung stand neben einem Wettbewerb ein Kartenvorverkauf mit zehn Prozent Ermässigung auf Mehrfach-, Tages- und Saisonkarten. Laut Auskunft der Organisatoren wurde man vom Ergebnis der Aktion positiv überrascht, so dass ähnliche Anlässe in Zukunft durchaus wieder in Betracht gezogen werden. *SS*

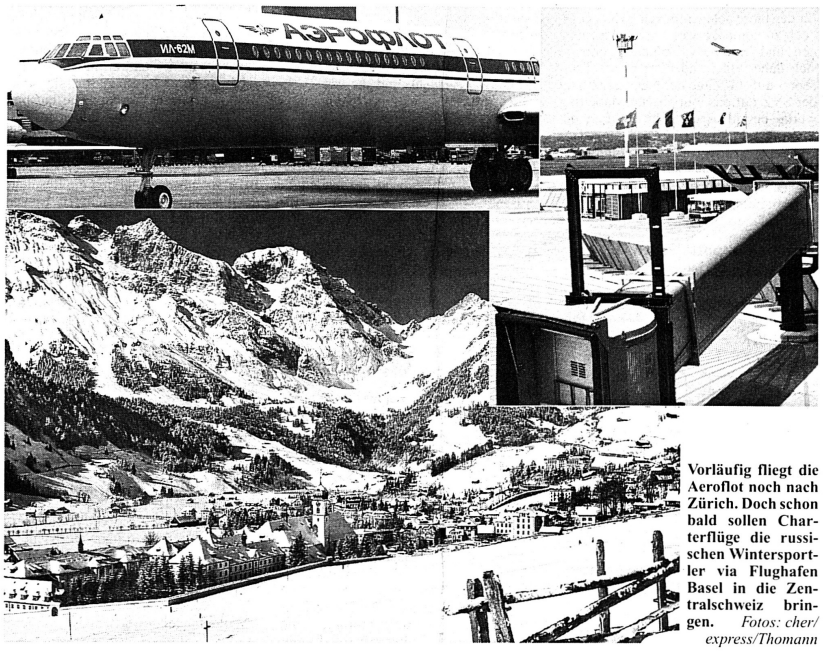
Markt Russland

Die Russen wollen in die Zentralschweiz

Ein russischer Reiseveranstalter will im kommenden Winter die Zentralschweiz als Wintersportdestination verkaufen. Ab Anfang Januar haben Moskauer Reisemacher bei Aeroflot ein Kontingent von 45 Plätzen nach Zürich gebucht; geplant ist zudem eine Charteroperation von Moskau nach Basel.

STEPHAN WEHRLE, LONDON

Dimitry Lamzin und *Alexander Golovachov* sind zuversichtlich: Ein Schweizer Ferienprodukt liesse sich auf dem russischen Markt gut verkaufen, sind die beiden Manager des in Moskau domizilierten Reiseveranstalters Svetal überzeugt. Die Gründe: Die Schweiz geniesse in Russland einen hervorragenden Ruf, liege an erster Stelle der Wunschdestinationen und zudem sei das Produkt nicht erheblich teurer als dasjenige der Schweizer Konkurrenzmärkte Oesterreich und Frankreich. Obschon der russische Rubel noch nicht voll konvertierbar ist und die Wirtschaft von zahlreichen Rückschlägen geplagt wird, rechnet Generalmanager Lamzin bereits für diesen Winter mit einem beträchtlichen Potential für den Schweizer Markt.



Vorläufig fliegt die Aeroflot noch nach Zürich. Doch schon bald sollen Charterflüge die russischen Wintersportler via Flughafen Basel in die Zentralschweiz bringen. *Fotos: cher/express/Thomann*

Werbekampagne in TV und Zeitungen

Mit einer breitabestützten Werbekampagne, die am 6. Dezember in der russischen Metropole lanciert wurde, sollen den russischen Wintersportlern vor allem die innerschweizer Skidestination Engelberg und die Klewenalp schmackhaft gemacht werden. Die Pauschalangebote des Moskauer Veranstalters werden vor allem über die grössten Tageszeitungen der russichen Hauptstadt sowie mit einigen Fernsehspots promotet, wie Dimitry Lamzin erklärte. Dass ausgerechnet die Zentralschweiz berücksichtigt werden sollen, hat mehrere Gründe: Einerseits spiele die geographische Nähe zum Flughafen eine entscheidende Rolle und anderseits würden zu mondäne Orte wie St. Moritz oder Gstaad in Russland für unerschwinglich gehalten.

Die Bevorstehende Zusammenarbeit mit dem Engelberger Tourismusverein ist auf Vermittlung der Londoner SVZ initialisiert worden. Anlässlich des diesjährigen World Travel Market haben die russischen Veranstalter am gemeinsamen Schweizer Stand Ansprechpartner gesucht und diese in den Personen des Geschäftsführers des Tourismusvereins Engelberg, *Hansruedi Suter,* und des Geschäftsführers der Touristikfachstelle Nidwalden, *Theodor Böni,* gefunden.

Suter zeigt sich natürlich erfreut über das Interesse der Russen, sieht der ganzen Sache jedoch mit ein wenig Skepsis entgegen. «Wir haben ihnen unverzüglich nach dem WTM eine Offerte zukommen lassen und warten nun mal ab, was da kommt», meinte Suter.

500 Personen im ersten Jahr

Bei Svetal ist man indes überzeugt, in der ersten Wintersaison mindestens 500 Personen in die Schweiz transportieren zu können. Ab dem 3. Januar bis Ende März hat der Tour Operator deshalb für die siebentägigen Rotationen ein wöchentliches Kontingent von 45 Plätzen auf Aeroflot-Flügen von Moskau nach Zürich reserviert. Der Einstieg nach dem Weihnachts- und Neujahrgeschäft käme auch den Zentralschweizern nicht ungelegen, da in der Hochsaison das Platzangebot knapp ist und zum Jahresanfang Ueberkapazitäten vorhanden sind. Sofern das Schweizer Angebot auf dem russischen Markt erfolgreich ist, möchte der Reiseveranstalter für die zweite Saisonhälfte eine Charteroperation nach Basel lancieren. Der Mülhausener Flughafen soll vor allem aus Kostengründen Zürich-Kloten vorgezogen werden.

1. lokales Tourist-Center der Schweiz

Engelberg hat kein «Verkehrsbüro» mehr

In Engelberg hat seit Mittwoch ein neues Zeitalter begonnen. Im ersten umfassenden lokalen Dienstleistungs-Center der Schweiz, dem Tourist Center, kann der Gast alle touristischen Angebote an einem zentralen Ort in Anspruch nehmen. Hansruedi Suter ist Chef des touristischen Wirtschafts-Unternehmen, dem Tourismusverein.

THOMAS VASZARY

In der Ausgabe des Wirtschaftsmagazins CASH Anfang Dezember hatte sich Engelberg beim Test von 25 Verkehrsbüros mit einem «ungenügend» konfrontiert gesehen. «Gestolpert» waren die Macher des Tourismusvereins über einen Papagei, der als Haustier mit in die Ferienwohung wollte. Heute spricht bereits niemand mehr von dieser Pagageien-Bewertung. Denn: In Engelberg steht nach einem Gewaltakt in Sachen Neubau und Neustrukturierung ein alle touristischen Anbieter einbindendes Dienstleistungsunternehmen, das Tourist Center bereit.

In einem Empfangsrraum von 230 Quadratmetern erhält der Gast die sofortige Information und Reservation von Hotels oder Ferienwohnungen und kann sämtliche Skipässe und Bahnbillette kaufen. Sowohl die Agentur Interhome als auch das Reisebüro Titlis, das Reservationssystem Zentralschweiz und die Neue Skischule Engelberg sind integriert. Aber auch die Eingabestelle für den 24-Stunden-TV-Informationskanal «Engelberg aktuell» und eine elektronische Pistenübersicht ist eingebettet, ein Internationaler Bancomat und Changeomat stehen dem Gast rund um die Uhr zur Verfügung. Ein Detaillist mit Migros-Produkten, das Cafe/Confiserie Bijou mit seiner Truffes-Bar und die direkt neben dem Center liegende Obwaldner Kantonalbank sind weitere Elemente im Multiangebot des Tourist Centers.

Aktive Verkaufsförderung

Der seit 1. November neue Geschäftsführer des Tourismusvereins Engelberg und frühere Vizedirektor *Hansruedi Suter* will weiterhin einen Weg weg von der Verwaltungstätigkeit hin zur aktiven Verkaufförderung bestreiten. Suter will Engelberg als Ferienort und nicht als Tagesausflugsort profilieren. So werden aus eigenem Antrieb keine Angebote unter drei Nächten verschickt. «Eine Zusammenarbeit zum Nutzen des Gastes und daraus folgernd zum Nutzen des einzelnen Betriebes», umschreibt Suter die Marketing-Bemühungen Engelbergs und sucht in seiner bekannten Art die Konfrontation mit der Tourismuspolitik. Es werde zuviel geredet und zuwenig umgesetzt, zuviel politisch und zuwenig unternehmerisch gedacht. In die Vorstände der Verkehrsvereins würden nach wie vor meist unmotivierte Leute aus Verbänden und Organisationen buchstäblich abdelegiert.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Suter hofft deshalb auf den Erfolg einer im Kantonsrat Obwalden eingereichten Motion zur Änderung des Wirtschaftsgesetzes. «Ich begreife nicht, dass in der bestehenden Gruppe für Wirtschaftsförderung in Obwalden kein einziger Tourismusvertreter mitwirkt.»

Im neuen Leitbild der Talgemeinde Engelberg, dass sich seit vergangener Woche in der Vernehmlassung befindet, ist der Tourismus mit dem Ziel einer steigenden Lebensqualität für Gäste und Einheimische in allen Bereichen vertreten, angefangen von Natur und Umwelt über Kultur und Bildung bis hin zu Wohn- und Erlebnisraum.

«Der Tourismusverein generell ist ein Unternehmen, das sich zuviele Trittbrettfahrer nicht mehr leisten kann» spricht Suter die finanzielle Beteiligung anderer Organisationen an. Hatten früher die Kurtaxen über 80 Prozent der Einnahmen ausgemacht, so sind es im Budget 1994/95 nur noch 22 Prozent. Allein 63 Prozent der Einnahmen machen die eigenen Verkaufsgeschäfte aus. Je drei Prozent kommen aus dem Betrieb des Kursaals mit dem neuen Boulespiel sowie den Werbebeiträgen.

Umsatzsteigerung von über 400 Prozent

Engelberg verzeichnete im Geschäftsjahr 92/93 ein Logiernächtetotal von 593 877. Davon fielen je ein Viertel auf die Schweizer und Deutschen Urlauber. 58 Prozent vielen dabei auf die Hotellerie, 30 auf die Ferienwohungen. Der Gruppentourismus liegt bei einem Anteil von 22 Prozent, Tagungen/Kongresse bei 15, das Individualgeschäft bei 58 Prozent. Innerhalb der Verkaufsförderung fallen umsatzmässig 66 Prozent an Hotels, 20 an Ferienwohnungen, 7 an Interhome und 3 an die Bergbahnen. Der Totalumsatz des in Tourismusverein umgetauften Kur- und Verkehrsvereins belief sich auf 5,76 Mio. Franken. 1988/89 betrug er 1,65 Mio. Das laufende Geschäftsjahr ist mit 7,18 Mio. budgetiert. *VY*

Anerkennungspreis für Titlisbahnen

Die Weltneuheit «Rotair» der Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG, eine drehbare Luftseilbahn-Kabine, dreht sich in buchstäblich gewaltige Höhen: Anlässlich des alljährlich von der der Zentralschweizer Handelskammer (ZHK) ausgeschriebenen Innovationspreises erhielt das Bergbahnunternehmen im Engelberger Gletschergebiet den Anerkennungspreis verliehen. Die «Rotair»-Kabinen, vom Spezialunternehmen Garaventa AG in Goldau realisiert, drehen sich während der fünfminütigen Fahrt einmal um die eigene Achse. Das Bergbahn- und Berggastronomie-Unternehmen zählt zwischen 150 und 180 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von 27 Mio. Franken sowie einen Cash-Flow von 8,6 Mio.

In einer prägnanten Laudatio sprach *Fredy Bächler,* Schulleiter der Höheren Fachschule für Tourismus HFT an der Höheren Wirtschafts- und Verwaltungsschule HWV in Luzern, von der Abwanderung wichtiger Branchen ins Ausland. «Der Titlis und die wiederaufgebaute Kapellbrücke oder das Matterhorn bleiben aber in der Schweiz», sagte Bächler. Die Freizeit- und Tourismusbranche der Schweiz werde als momentan drittgrösster Wirtschaftszweig bald das wichtigste wirtschaftliche Standbein bilden. In den nächsten Jahren würden neue wirtschaftliche Weltmächte entstehen, die zunehmend neugierig auf fremde Kulturen seien und demnach für die Schweizer Tourismusbranche ein zukunftweisendes Potential ergäben. Viele Branchen würden dann ihre Bedeutung als Zulieferer einer entwickelten und erneuerten Freizeit- und Tourismusbranche Schweiz zurückgewinnen. «Gerade in der Ökotechnologie sehe ich Zukunftsperspektiven für den Industriestandort Schweiz», sagte Bächler. *VY*

Olympia Kandidatur

VBO will keine Kandidatur für 2002

Überraschend kurz nach der abgelehnten Schneekanoneninitiative wurde die Kandidatur des Berner Oberlandes für die Olympischen Winterspiele 1998 präsentiert. Der Interlakener Gemeindepräsident sprach sich allerdings dagegen aus. Nachdem unter anderem auch aus zeitlichen Gründen auf eine Kandidatur für 1998 verzichtet wurde, will sich die Interessengruppe, die bereits bei der ersten Kandidatur in den Vordergrund getreten ist, um die Spiele 2002 bewerben. Der Verkehrsverband Berner Oberland (VBO) distanziert sich nun laut einem Communique in aller Form von dieser neuen Kandidatur. Die überstürzte und von der Basis überhaupt nicht getragene Einreichung einer Kandidatur beim schweizerischen olympischen Komitee sei, nach einhelliger Meinung des VBO-Vorstandes, «politisch unverantwortbar und unklug». Ein solcher Grossanlass müsse in den einschlägigen Tourismuskreisen abgestützt sein und bedürfe der Akzeptanz der betroffenen Bevölkerung. Das Vorgehen der weitgehend unbekannten «Interessengruppe» wird verurteilt. Der VBO ist allerdings gleichzeitig der Auffassung, dass das Berner Oberland durchaus in der Lage ist, zu gegebener Zeit einen Grossanlass durchzuführen. Ein entsprechender Impuls sei willkommen. Es brauche jedoch eine sorgfältige Abklärung in jeglicher Hinsicht, zu der der VBO-Vorstand gerne Hand bieten werde. *SR*

Schweizer Wirteverband

Direktor entlassen

Der Vorstand des Schweizer Wirteverbandes (SWV) hat beschlossen, sich von seinem Direktor *Werner Hübscher* zu trennen, schreibt der SWV in einer Medienmitteilung. Hübscher leitete seit Mai 1991 den SWV und wird diesen im April 1994 verlassen. Wie aus Kreisen des SWV zu vernehmen war, hat der Entscheid des Vorstandes nichts mit der Niederlage bei der Mehrwertsteuer-Abstimmung zu tun. Die Nachfolge Hübschers werde geregelt, so der SWV. *r.*

INFO-TOUR

Revue Schweiz privatisiert. Die Schweizerische Verkehrszentrale (SVZ) hat Titel und Verlagsrechte der traditionsreichen Zeitschrift Revue Schweiz (66. Jahrgang) an die Solothurner Rothus Verlag AG verkauft. Im Zuge der Neuausrichtung der SVZ gehöre die Herausgabe einer Reisezeitschrift für eine vorwiegend schweizerische Leserschaft nicht mehr zu den Hauptaufgaben der nationalen Tourismus-Organisation, so die SVZ. Auch im Sinne des Hayek-Berichts wird die Revue bereits ab Januar 1994 in private Hände gelegt. Der neue Verleger wolle mit den im Tourismus tätigen Organistionen und Institutionen zusammenarbeiten, heisst es. Gedruckt wird die Revue bei der Basler Zeitung AG.

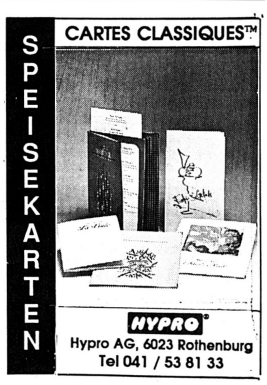
*

Interhome Katalog für Graubünden. Für Graubünden und insbesondere für St.Moritz und das Oberengadin ist ein eigener Interhome-Katalog erschienen.

*

Oberösterreich «Bus & Tour 94». In einem gemeinsamen Salesmanual präsentieren die Hotels der Regionen Oberösterreichs gemeinsam den Bus-Touroperator.

REKLAME



Schweizerische Verkehrszentrale

SVZ lanciert benutzerfreundliche Länderbulletins

Nach der Neuausrichtung ihrer Marktforschung hat die Schweizerische Verkehrszentrale benutzerfreundlich aufbereitete Länderbulletins lanciert. Mehr Vergleiche und Trends, weniger nackte Zahlen, lautet das neue Konzept ihrer Maktinformation. Damit will sich die SVZ verstärkt an den Bedürfnissen des Schweizer Tourismus orientieren.

URS MANZ

Bisher kam die Marktinformation der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ) in Form ihrer jährlich erscheinenden, umfangreichen Lageberichte heraus: 250 Seiten dick, vollgepackt mit Tabellen und Zahlen zu allen wichtigen Quellmärkten des Schweizer Tourismus. Ein umfassendes Nachschlagewerk, das für den bloss gelegentlichen Benützer jedoch zu kompakt war. Nach einer internen und externen Evaluation drängte sich daher eine Änderung dieses Konzeptes auf. Im Zuge der Neuausrichtung der SVZ auf das touristische Marketing wurde beschlossen, mehr Geld in die Marktforschung zu investieren. Das Budget hierzu wurde in der Folge mehr als verdoppelt und auf rund 250 000 Franken aufgestockt. Zudem wurde für die Abteilung Marktforschung der SVZ eine zusätzliche Stelle bewilligt.

Europakompatibles Konzept

Für die neu zu gestaltenden Länderbulletins war vor allem wichtig, ein Konzept zu präsentieren, das Vergleiche zwischen den einzelnen Ländern zulässt. Ein Vorhaben, welches dadurch erschwert wurde, dass jedes Land in der Führung der Tourismusstatistik seine Eigenheiten aufweist, wie *Daniel Chardon,* Chef Marktforschung bei der SVZ, festhält. Mit dem Kauf von Daten des European Travel Monitors hat die SVZ einen ersten Schritt in Richtung Vereinheitlichung, leichtere Übersicht und bessere Vergleichsmöglichkeiten zwischen den Daten der einzelnen Märkte getan.
Ebenso wichtig ist es für die Marketingstrategen der SVZ, den Marketingverantwortlichen im Schweizer Tourismus, nicht nur Zahlen und Tabellen zu präsentieren, sondern ihnen auch mit Interpretationen und Tips behilflich zu sein. Neben aktuellen Wirtschaftsdaten, Eckdaten, Daten der jeweiligen Zielgruppen des jeweiligen Marktes werden auch Informationen der Konkurrenzdestinationen der Schweiz und Tips zur Marktbearbeitung vermittelt. Vor allem die SVZ-Leute in den Landesvertretungen liefern hierzu wichtige Hinweise zur Umsetzung der touristischen «facts and figures» in die Praxis.

Erschwingliche Dienstleistung

Die neuen Länderbulletins werden im Übergangsjahr 1994 noch gratis abgegeben. Nach dieser Einführungsfrist werden sie über die Mitgliederbeiträge oder direkt zu bezahlen sein. Wie alle übrigen Publikationen der Marktforschung werden sie unter dem Namen «SVZ Input» erscheinen. Grundsätzlich strebt die SVZ, in Übereinstimmung mit der Hayek-Analyse, nicht die vollständige Deckung der Kosten an. Die SVZ will eine Grunddienstleistung erbringen, die weiterhin erschwinglich sein soll. Es gibt allerdings Bereiche, die über diese Grunddienstleistungen hinausgehen, wie zum Beispiel die Auftragsforschung oder Spezialseminare, wo eine höhere Kostendeckung angestrebt wird.
Alle Dienstleistungen und Publikationen der SVZ-Marktforschung sollen ab 1994 in einem kontinuierlichen Dialog erarbeitet und laufend verbessert werden. Zu diesen Verbesserungen gehören auch Seminare in der Schweiz, in denen das Know-how der SVZ-Vertretungen aus den Auslandmärkten vermittelt wird. Pro Jahr sollen schwerpunktmässig zwei Märkte erforscht werden. Die entsprechenden Länderbulletins bilden die Diskussionsbasis für die Länderseminare und Workshops. An diesen erhalten die Schweizer Anbieter Gelegenheit, mit Experten aus den Märkten die Resultate der Länderberichte und deren Umsetzung an Hand von Beispielen zu diskutieren und neue Ansätze zur konkreten Marktbearbeitung zu entwickeln.

Marktsegmente untersuchen

Im kommenden Jahr finden zwei Seminarien statt, im März oder April dasjenige zu Deutschland, im Mai oder Juni dasjenige zu Frankreich. Diese Seminarien, in Form von Workshops, sollen je in vier noch zu bestimmenden Regionen der Schweiz stattfinden. Man müsse mit den Marktinformationen zu den Anbietern hin gehen, ist Daniel Chardon überzeugt. Es sollen allerdings nicht nur länderspezifisch Märkte, sondern auch themenspezifisch Marktsegmente untersucht werden, wodurch auch Potentialanalysen möglich werden. Für diese hofft die SVZ die Unterstützung und finanzielle Beteiligung der interessierten Partner zu gewinnen. Gemäss Chardon soll der Markt Deutschland als Testmarkt dienen, indem die potentiellen Gäste dort durch die Firma IBK München, der Vertreterin des European Travel Intelligence Centers in Luxemburg und Herausgeberin des European Travel Monitors, nach touristischen Neigungen und psychologischen Kriterien befragt werden sollen. Abgerundet wird die neustrukturierte Dienstleistungspalette mittelfristig durch den Aufbau einer Marktdatenbank, in der alle historischen und prognostischen Daten für den Incoming Tourismus gespeichert werden. So sollen zum Beispiel nicht nur die Logiernächte längerfristig erfasst werden, sondern auch die Ausgaben aus den jeweiligen Quellmärkten des Schweizer Tourismus. Die darauf gespeicherten Daten sollen den Partnern auch auf Diskette zur Verfügung gestellt werden.

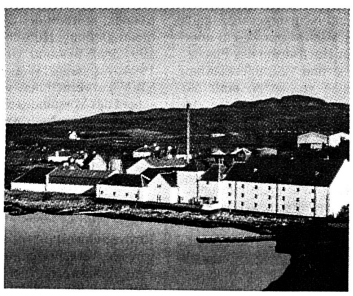
Bulletins sind gratis

Die ersten vier Länderbulletins über die Märkte Grossbritannien, Niederlande, Österreich und Tschechien/Slovakei werden in der laufenden Woche von der Schweizer Verkehrszentrale (SVZ) an rund 1 800 Marketingverantwortliche, Entscheidungs- und Leistungsträger im Schweizer Tourismus verteilt. Wer nicht auf dem Verteiler der SVZ ist, kann besagte Bulletins dort gratis bestellen:
Schweizerische Verkehrszentrale, Abt. Marktforschung, «Länderbulletins», Postfach, 8027 Zürich. UM

*

Die Neuausrichtung der Schweizerischen Verkehrszentrale zeitigt erste Resultate. Mehr als bisher investiert sie in die Marktforschung und -information. Mit der Neukonzeptionierung der SVZ-Marktinformation sind bereits die ersten Früchte dieser Neuorientierung zu ernten. Sehr gefällig und benutzerfreundlich aufbereitete Länderbulletins, es ist Schweizer Hoteliers und Verkehrsdirektoren wärmstens zu empfehlen, diese nicht nur zu bestellen, sondern auch wirklich zu lesen. Hier kommen äusserst wichtige Daten zur Marktbearbeitung frisch, witzig und (dennoch) informativ daher. Der Start einer entstaubten, wirklichkeitsnahen SVZ? **Urs Manz**

DIE ENTDECKUNG DES SINGLE MALT WHISKYS



DAS VOLLE, REICHE AROMA. STARK RAUCHIG, TORFIG. EIN HAUCH VON SÜSSE. SALZIGE MEERESBRISEN UND SEETANG. UNVERGLEICHLICH, UNVERGESSLICH, WIE DIE INSEL ISLAY SELBST.

LAPHROAIG®
SINGLE ISLAY MALT SCOTCH WHISKY
10 Years Old

Produktinformation:
Bols-Cynar AG, Postfach, 8023 Zürich

Verkehrsverein Berner Oberland

Süsse Partnerschaft

Seit 1989 richtet das Berner Oberland seine Angebote nach und nach auf Familien aus. Als letzter Schritt und als günstige Gelegenheit, die Neuausrichtung publik zu machen, präsentiert der Verkehrsverband Berner Oberland (VBO) seinen neusten Werbeträger: das «Schoggistengeli Ragusa».

Für eine Veranstaltung des Verkehrsverbandes Berner Oberland (VBO) war der Schauplatz ziemlich aussergewöhnlich: «Im Sinn von Hayek, aber auf regionaler Ebene», so VBO-Direktor *Walter Tweerenbold*, wurde zum Sitz des Schokoladeproduzenten Camille Bloch AG nach Courtelary im Berner Jura geladen. Der Verkehrsverband und das Familienunternehmen gehen eine Verbindung ein, die auf nasch- und ferienfreudige Familien zielt. Die Berner Oberländer mit ihrem Motto «Familienfreundlichkeit» und der Schoggi-Renner «Ragusa», der für mehr als neunzig Prozent der Schweizer Bevölkerung ein Begriff ist, werden von Neujahr an gemeinsam auftreten.
Bestückt mit einem Wettbewerb, landen in den kommenden Monaten knapp eine Million Ragusa-Riegel im Handel. «Eine wunderbare Gelegenheit», so Twerenbold, «unsere Botschaft an die Basis zu tragen».
Seit 1989 richtet sich die Region gezielt auf Familien aus, und das von der UNO für 1994 proklamierte «internationalen Jahr der Familie» wollen die Oberländer nicht ungenutzt verstreichen lassen. Mit dem süssen Partner ergibt sich die Möglichkeit, die neue Oberländer Ausrichtung und nicht zuletzt das entsprechende Logo unter die Leute zu bringen.
Für *Stéphane Bloch,* seinerseits Juniorchef und Marketingleiter bei Camille Bloch, liegen die Synergien in den hohen Qualitätsansprüchen der Partner und einer ähnlichen Zielgruppe: «Ferien und Schokolade sind für die Familie attraktive Sinnesfreuden.» Als Gewinn winken denn auch, neben viel Schokolade als Trostpreis, insgesamt zehn Ferienwochen für Familien im Berner Oberland. *PG*

Walter Twerenbold (links), Direktor Verkehrsverband Berner Oberland, und Rolf Bloch von der gleichnamigen Schokoladenfabrik besiegeln die süsse Verbindung mit einem Handschlag. *Foto: asl*

Hotel Palace Mürren

Verkaufsgerüchte dementiert

Vergangene Woche ging das Gerücht durch die Presse, wonach René C. Jäggi, ehemaliger Adidas-Manager und Besitzer des Hotel Palace in Mürren, seinen Betrieb an Lukas Kunz, Grossmetzger und Herzchen-Hotelier verkaufen wolle.

«Mumpitz, das Hotel hat nie zum Verkauf gestanden», dementiert *Edi Kurmann,* Direktor des Mürrener Palace, entsprechende Pressemeldungen. «Ich bleibe auf jeden Fall im Palace und in Mürren engagiert», stellt auch Besitzer *René C. Jäggi* klar. «Am Verteiler Jäggi 67 Prozent und deutsche Investoren 33 Prozent ändert sich nichts».
Zwar habe es unter anderem mit Lukas Kunz, Gründer und Besitzer der Heidi-Herzchen-Hotels, Verhandlungen gegeben, räumt Jäggi ein. Dabei sei es jedoch nicht um einen Verkauf, sondern lediglich um eine allfällige Kooperation gegangen. Das Hotel müsse besser gefüllt werden, «bei einer Auslastung von 35 Prozent macht es einfach keine Freude». Mit Kunz habe man sich jedoch nicht gefunden, «die Philosophien sind einfach zu verschieden».
Näher glaubt man sich im Mürrener Palace, wo laut Kurmann mittels Partnern eine bessere Positionierung auf den Märkten angestrebt werden soll, den zurzeit 21 Mitglieder zählenden, äusserst aktiven «Alpine Classics», ihres Zeichens die Schweizer Sektion von Swiss International Hotels.
Olaf Reinhard, der vom Seehotel Kastanienbaum aus das Zepter der Gruppe führt, bestätigt Kontakte: «Der Betrieb würde zu uns passen.» *PG*

HOT-TELL

«Adler» in Arth SZ ersteigert. Für 2,45 Mio. Franken hat der Hotelier *Franz Grimm* vom «Baumgarten» in Immensee das seit zwei Jahren geschlossene Hotel und Seerestaurant Adler in Arth ersteigert. Die künftige Nutzung der Hotelliegenschaft sei noch unklar. Die Schuldenlast beläuft sich auf 5,5 Mio. Franken.

Präsidenten-Versammlung SHV

Kämpferische Töne aus den Reihen der Hoteliers

Die Auswirkungen der Mehrwertsteuer auf die Preiskalkulation sowie die laufende Klassifikation 1995 beherrschten die Fragestunde an der Präsidenten-Versammlung der Sektionen und Kantonalverbände des Schweizer Hotelier-Vereins im Genfer Hôtel des Bergues.

ANDREAS NETZLE

In seiner Eröffnungsbotschaft an die Präsidenten-versammlung malte der Genfer Sektions-Präsident *Pierre-Olivier Barroud* ein düsteres Bild der Genfer Hotellerie. Der Rückgang bei den Übernachtungszahlen liege deutlich über dem Durchschnitt, nämlich bei - 3,6 Prozent, bei den 1 und 2-Sterne-Betrieben gar bis zu - 40 Prozent. Trotzdem feierte die Sektion ihr 100-Jahr-Jubiläum mit zahlreichen Anlässen und einem Jubiläums-Bildband über die Genfer Hotellerie.
SHV-Präsident *Alberto Amstutz*, die übrige Verbandsleitung sowie Direktor *Heinz Probst* und seine Experten vom SHV-Hauptsitz stellten sich anschliessend den Fragen der Präsidenten. Ein Sektionspräsident aus der Innerschweiz beklagte sich über die «zum Teil massive Verschärfung der Normen für 4- und 5-Stern-Hotels». Er plädierte für mehr Nachsicht der Kommissionen, da die Normen ohnehin nicht überall eingehalten würden. Auf der anderen Seite fehle ihm in den Normen die Feuermelder-Pflicht, wie sie in einigen Kantonen Vorschrift ist. Kommissions-Präsident *Hans Geiger* erklärte, die Normen seien nicht sehr stark verschärft worden. Bis Ende Jahr hätte die Kommission rund 1000 Betriebe besucht. Davon seien 30 bis 40 Betriebe zurückgestuft worden. Rund 25 hätten die Absicht geäussert, aus dem Verband auszutreten. Er sei immer wieder erstaunt darüber, so Geiger, dass zum grossen Teil Dinge noch immer nicht erledigt worden seien, obwohl sie schon früher wichtig gewesen waren und nichts mit den neuen Normen zu tun hätten. Hans Geiger wehrte sich für die konsequenten Kontrollen, denn nur dann hätten Normen und die ganze Klassifizierung einen Sinn.

Mehrwertsteuer-Broschüre

Gleich bei zwei wichtigen Themen schlug Vizedirektor *Christian Hodler*, Chef Recht und Volkswirtschaft des SHV, kämpferische Töne an. Bei der Mehrwertsteuer, dem «brennendsten Thema der letzten Jahre», werde man auf politischer Ebene für den reduzierten Satz auf dem Logement kämpfen. Insbesondere werde man «in der Frühjahrssession sehen, was das Wort der Parlamentarier wert sei, welche die Motionen Bezzola und Küchler unterschrieben und sich so für den Exportsatz für die Hotellerie stark gemacht» hätten.
Spätestens im Frühsommer werde den Mitgliedern eine Informationsbroschüre versandt, in der alles wichtige, wie Vor-

Die Fragen der Kantonal- und Sektionspräsidenten des SHV beantworteten: (v.l.) Vizepräsident Ernst Frauchiger, Direktor Heinz Probst, Präsident Alberto Amstutz und Vizepräsident Pierre Lehmann. Im Hintergrund Pierre-Olivier Barroud, Präsident der Sektion Genf. *Foto: Andreas Netzle*

steuerabzüge, Liquiditäts- und Investitionsplanung, Anpassung der Buchhaltung und konkrete Probleme erklärt würde, versprach Hodler. Für die Preisgestaltung im Hinblick auf den neuen Hotelführer 95 rechnet Christian Hodler mit einer Erhöhung von 6 bis 7 Prozent. Den rein mehrwertsteuerbedingten Preisschub kalkuliert er mit 4,4 bis 4,8 Prozent; dazu kommt die normale Teuerung.

Resolution verabschiedet

Per Einschreiben und Express hat der SHV beim Biga und dem Bundesamt für Ausländerfragen gegen den für November 1994 angekündigten Bewilligungs-Stop für Saisonniers aus Ex-Jugoslawien protestiert. Damit müssten, so Christian Hodler, in der Schweizer Hotellerie «auf das Jahr bezogen rund 18 000 Arbeitskräfte und das entsprechende Know-How ersetzt werden». Die Präsidenten-Versammlung verabschiedete daraufhin einstimmig eine Resolution, worin der Bund aufgefordert wird, «im
Gespräch mit den betroffenen Kantonen und Regionen eine branchen- und regionalpolitisch sowie zeitlich annehmbare Lösung, ohne unverhältnismässige menschliche Härten, zu finden».

Sondersätze für Engelberg ?

Auf Antrag der Sektion Wallis kam das Thema Kreditkarten-Komissionsätze für die Hotellerie zur Sprache. Vizedirektor *Werner Friedrich* trat Vermutungen entgegen, Engelberger Hotels hätten mit Kreditkarten-Organisationen Vorzugstarife ausgehandelt. Friedrich erklärte, man sei mit allen vier Organisationen Eurocard, Visa, Amexco und Diners im Gespräch. Die Kommissions-Sätze betragen je nach Umsatz zwischen 2,5 und 3,5 Prozent. Der SHV habe somit «europaweit die besten Konditionen». Es bestehe «wahrscheinlich keine Chance mehr, die Kommissionssätze weiter zu senken, solange man nicht als Einheit auftrete und rund ein Drittel der SHV-Mitglieder die Karten nicht oder nur teilweise akzeptierten», warnte Friedrich. Bei einer 100 -prozentigen Teilnahme seien sogar Einheitssätze ein Thema, erklärte Werner Friedrich. Einen Einheitssatz von 2,1 Prozent offeriert dem SHV die Warenhausgruppe «Manor» mit immerhin 300 000 Karteninhabern. Darüber hinaus werden Marketinggelder von 2 Promillen des Umsatzes in Aussicht gestellt. Im Februar soll der Vertragsabschluss erfolgen.
Auch von den übrigen Karten-Organisationen erhält die Hotellerie Marketinggelder. Für 1994 stellt American Express, der grösste Förderer des Schweizer Tourismus, dem SHV rund 250 000 Franken für Marketingaktionen zur Verfügung. Die grösste Firma Visa investiere dagegen indirekt «nur» 150 000 Franken, indem sie in ihrer Hauszeitung Spezialangebote mit einzelnen Hotels publiziert. Bei Eurocard, so Friedrich sollen künftig «zwischen 300 000 und 400 000 Franken für gemeinsame Marketingaktionen drinliegen».

«Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus stärken»

In einem engagierten Referat zum Thema «Tourismus und Politik» empfahl sich der Genfer Staatsrat *Jean-Philippe Maître* nach Meinung einiger Zuhörer als künftiger Präsident der Schweizerischen Verkehrszentrale SVZ. Maître bedauerte, dass die Politik die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor der Schweiz noch nicht richtig erkannt habe. «Der Tourismus erzielt - neben dem direkten Umsatz - einen Multiplikator-Effekt wie keine andere Branche in der Wirtschaft», stellte der Volkswirtschaftsdirektor , fest. Als Exportzweig werde der Tourismus jedoch gegenüber dem klassischen Export benachteiligt. Dies auch bei der künftigen Mehrwertsteuer. «Die Steuer muss den Multiplikator-Effekt und die Tatsache berücksichtigen, dass der Tourismus in Konkurrenz steht, welche die anderen Exportbranchen zwar auch kennen, die aber von Förderungs-Mitteln wie der Exportrisikogarantie profitieren», sagte Jean-Philippe Maître.

Permanente Erneuerung

Der Genfer Staatsrat betonte insbesondere die Bedeutung der Hotellerie für die Belebung der Konjunktur. Davon dass der Gebäude-Park laufend instandgehalten und erneuert werde, profitierten insbesondere die Einrichter und das Baugewerbe.
Maître betonte aber auch die Notwendigkeit der permanenten Erneuerung für die Hotellerie. Insbesondere die Hotels seien die Visitenkarte der Schweiz, damit werde das Schweiz-Bild im Ausland geprägt. «Die Hotellerie ist nicht nur ein Wirtschaftsfaktor, sondern der Botschafter der schweizerischen Identität; diese soll gleichbedeutend sein mit Gastfreundschaft, Qualität, Preisstabilität, Effizienz, Pünktlichkeit etc.», meinte Maître.

Hotellerie nicht bestrafen

Eine praktische Folge des Hayek-Berichts, so der Gastredner weiter, sei dass man «nicht nur den Tourismus redynamisieren, sondern ihn zunächst einmal nicht unnötig mit gewissen Normen bestrafen» solle. Damit spielte der Nationalrat auf die Mehrwertsteuer, bzw. auf den vom SHV geforderten, und von ihm unterstützten reduzierten Satz für die Hotellerie an. Abschliessend wünschte sich Jean-Philippe Maître, «dass der SHV durch die Kompetenz seiner Mitglieder und Organe sich als Leader in der Branche und als Botschafter eines starken Schweiz-Bildes im Ausland» profiliere. Damit erbringe er der Hotellerie in Hinblick auf das Verständnis der Politiker den grössten Dienst. *AN*

Mitsprache des SHV bei SVZ -Reorganisation

Kritisiert wurde aus den Reihen der Versammlung - wie auch schon in der letzten Ausgabe der *htr* - dass der Steuerungsausschuss zur Überwachung der SVZ-Reorganisation unausgewogen zusammengesetzt sei. Insbesondere fehle darin ein Vertreter der Hotellerie. Augrund der wirtschaftlichen Bedeutung der Hotellerie und als wichtiger Geldgeber stehe dem SHV auch Mitsprache zu, wurde argumentiert. Wie die *hotel + touristik revue* erfuhr, hat nun das Biga am Dienstag auch einen Vertreter der Hotellerie in den Steuerungsausschuss berufen, welcher an diesem Mittwoch zur ersten Sitzung zusammenkam. Damit ist der SHV in beiden bisher bestimmten neuen Organen vertreten, welche die SVZ erneuern und begleiten sollen. Die neue Gruppe «Azimut», eine Art Mini-Vorstand, geht freilich nicht auf eine Idee Hayeks sondern einer Arbeitsgruppe des (alten) SVZ-Vorstandes zurück; eine Idee, welche Direktor *Walter Leu* eiligst aufnahm, ohne den demnächst bestimmten Gesamtprojektleiter in den Entscheid miteinzubeziehen. *AN*

Snowboard-Marketing

Erstes Snowboard-Hotel der Schweiz in Betrieb

Die Snowboarder kommen: Zeit also auch für Marketing-Verantwortliche in den Skiorten, die meist jungen Schneesurfer als Gäste der Zukunft ernster zu nehmen. Das 1. Snowboard-Hotel der Schweiz steht in Davos und setzt auf «Schneeerlebnisse».

ISO AMBÜHL

Seit der amerikanische Wellenreiter Shervin Popper aus Michigan vor über 20 Jahren entdeckte, dass man auch im Pulverschnee surfen kann, hat der Snowboard-Sport stetig mehr Freunde gewonnen. Mittlerweile tummeln sich auch hierzulande zwischen 80 000 und 100 000 Schneesurfer auf den Pisten. Bald sollen es noch mehr sein: Für diesen Winter schätzen Sporthändler, dass über 40 000 Bretter an meist junge Snowboarder verkauft werden.

Gäste der Zukunft

Am Davoser Jakobshorn, einem der Paradeorte für Snowboarder in der Schweiz, tummelten sich im vergangenen Winter bereits 10 Prozent Schneesurfer auf den Pisten. In dieser Saison rechnet *Marcel Meier* von der Jakobshorn Berg-Bahnen AG, dass sich diese Zahl auf 18 Prozent erhöht. «Wir haben die Snowboarder eben nicht wie an anderen Skiorten der Schweiz abgewiesen, sondern ernst genommen», betont Meier» «diese meist jungen Sportler stellen doch Gäste der Zukunft dar».
Für den jungen Trendsport müsse die Infrastruktur der Bahnen überhaupt nicht geändert werden, sagt Meier. «Es braucht aber noch einiges an Aufklärung, damit auch andere Skiorte die Snowboarder ernst nehmen und Vorurteile abbauen.» Am Jakobshorn wird den jungen Sportlern ein besonderes Umfeld geboten: Bergrestaurants mit Live-Musikbands, eine Snowboardschule sowie seit diesem Winter das erste Snowboard-Hotel der Schweiz namens Bolgenschanze, das von *Philippe Charles* geleitet wird. Das nicht klassifizierte Hotel mit 74 Betten (Zwei- und Vier-Bett-Zimmer) bietet zum Beispiel ein Wochenarrangement mit Wochenpass und Halbpension für nur 550 Franken an. Mit Frei-Bier, fetziger Musik und einem mexikanischen Buffet wurden die ersten Gäste anfangs November empfangen. Im Inneren des Hauses schaffen drei alte Bars aus Frankreich, «Snowboard-Musik» und bunte Räume eine spezielle Atmosphäre. Eine Dorfbeiz für die Einheimischen und ein «Pseudo-Bistro» mit mexikanischen Gerichten sorgen für Abwechslung. Die Mitarbeiter-Crew kommt grösstenteils aus bekannten Zürcher In-Lokalen.
Wieso man die «Bolgenschanze» als Snowboard-Hotel bezeichnen kann? Der Snowboard-Raum ist geheizt und mit abschliessbaren Kästen versehen. Vorgesehen ist zudem, dass der Markenleader Burton in der «Bolgenschanze» einen Service für die Präparierung und die Reparatur der Bretter anbieten wird.

«Gegen getrennte Pisten»

Für Meier ist klar, dass Snowboarden nicht nur ein Trend bleiben wird. Darum wurde am «Berg der Jungen» investiert: Eine spezielle «Halfpipe» (künstlich angelegte «Halbröhre») für Freestyler wurde angelegt, während die alpinen Snowboarder auf den Pisten den Berg runter donnern. «Wir hatten im vergangenen Winter nur einen Kollisionsunfall eines Snowboarders mit einem Skifahrer, wobei beide verantwortlich waren», sagt Meier, der sich entschieden gegen getrennte Pisten für diese beiden Sportarten wehrt.

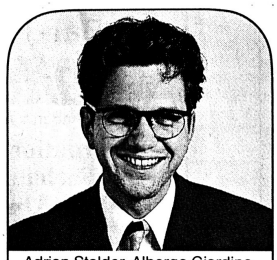
Snowboarden nicht gefährlicher als Skifahren

Dass Snowboarden nicht gefährlicher als Skifahren ist, belegt eine neue Studie: Ärzte der Spitäler von Davos, Samaden, Interlaken und Monthey sammelten im vergangenen Winter die Daten über Snowboard-Unfälle.
Unter der Projektleitung von Professor *Peter Matter*, Davos, wurden die Daten von 346 verunfallten Snowboardern sowie die Diagnose des behandelnden Arztes per Fragebogen aufgenommen.
Nach ersten, jetzt vorliegenden Ergebnissen zeigt sich, dass sich Snowboarder mehrheitlich (48 Prozent) an den oberen Extremitäten (Handgelenke, Ellenbogen, Schultern) verletzen. Mit rund 33 Prozent folgen die unteren Extremitäten (Fuss, Knie) sowie der Kopf (8 Prozent) und der Rumpf (11 Prozent). Die festgestellten Verletzungen waren weniger gravierend als solche aus dem alpinen Skisektor und konnten zu 78 Prozent ambulant behandelt werden. Nicht weniger als 50 Prozent der Verunfallten waren absolute Anfänger mit meist schlechter Ausbildung und Ausrüstung. «Viele Sikfahrer haben das Gefühl, dass sie mit dem Snowboard einfach so ohne Ausbildung den Berg hinunter fahren können», weiss *Roland Primus*, technischer Leiter des Schweizerischen Snowboard Schulverbands (SSBS, 52 Schulen) aus Erfahrung. 80 Prozent der Unfälle ereigneten sich gemäss Studie beim freien Fahren auf markierten Pisten, lediglich acht Prozent betrafen Kollisionen mehrheitlich mit anderen Snowboardern, je zu einem Drittel mit Skifahrern oder mit einem Objekt. *IA*

HOT-TELL

Neues Datum der «Hotelfit». Die neue internationale Fachmesse Hotelfit für Manager und Hoteliers wurde um einen Tag vorverlegt. Sie findet neu vom 3. bis 5. März 1994 statt. Detailinformationen erhältlich über Tel. 081/723 45 91.

REKLAME



Adrian Stalder, Albergo Giardino Ascona, profitiert von:

FIDELIO
Frontoffice

GADIS und FIDELIO
Food & Beverage

vom
Hotelspezialisten

CHECK-IN DATA AG
EIN UNTERNEHMEN DER GRUPPE ATAG INFORMATIK AG

Telefon 01 810 53 80
Basel, Bern, Gebenstorf, Langenthal, Lausanne, Luzern, St. Gallen

ANSCHLAGBRETT

Eidgenössische Berufsprüfung für Hoteldirektionsassistentinnen und Hoteldirektionsassistenten

Der Schweizer Hotelier-Verein führt, gestützt auf das Bundesgesetz über die Berufsbildung, die fünfte Berufsprüfung zur Erlangung des **eidg. Fachausweises** als Hoteldirektionsassistentin bzw. Hoteldirektionsassistent durch.

Zulassungsbedingungen:
Zur Prüfung wird zugelassen, wer:
a) in vollen bürgerlichen Ehren und Rechten steht
b) das 22. Altersjahr erreicht hat
c) das eidgenössische Fähigkeitszeugnis einer gastgewerblichen oder kaufmännischen Lehrabschlussprüfung, das Diplom einer dreijährigen Handelsschule bzw. einer Hotel-Handelsschule SHV, das Maturitätszeugnis (alle Typen) oder das Primarlehrerpatent besitzt
d) während mindestens 5 Jahren in der Hotellerie tätig war, wobei die Lehrzeit im Gastgewerbe angerechnet wird

Datum: 21. – 23. März 1994
Ort: Region Thunersee
Anmeldeschluss: 31. Januar 1994
Anmeldestelle: Schweizer Hotelier-Verein, Frau B. Rothenbühler, Postfach, 3001 Bern, Telefon (031) 370 41 11
Prüfungsgebühr: Fr. 600.– (ohne Unterkunft und Verpflegung)
Anmeldung: Die Anmeldung erfolgt mit dem offiziellen Anmeldeformular, welches zusammen mit dem Prüfungsreglement und weiteren Unterlagen bei der Anmeldestelle bezogen werden kann.

Die Prüfungsabsolventen haben darauf Anspruch, in einer der drei Amtssprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch) geprüft zu werden.

Englisch lernen in Australien

– Moderne, neurenovierte Sprachschule in Perth, West-Australien
– Anfänger- bis Diplomkurse (First, Proficiency usw.)
– Grosses Freizeit- und Sportangebot
– Familienunterkunft
– Schweizer Betreuung an Ort

Unverbindliche Beratung und Auskunft gibt Ihnen
ST. MARK'S INTERNATIONAL COLLEGE
André Gobat
6390 Engelberg
Telefon (041) 94 30 13
Fax (041) 94 43 28
51710/328405

Internationale Sprachschulen
Agentur Metzenbauer & Co.
14 Sprachen in 24 Ländern
Senden Sie bitte gratis Prospekte an:
Name: _____
Strasse: _____
Ort: _____
Telefon 028 24 30 00, Fax 24 34 04
Rhonesandstr. 13, CH-3900 Brig
Damit Ferien doppelt zählen!
52827/264652

Ihr eigener Chef sein!
Holen Sie sich das Wissen für die
Wirtefachprüfung
– ohne Ihre derzeitige Stellung aufzugeben, ohne Lohnausfall – durch unsere moderne Lehrmethode, den programmierten Unterricht.
Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses melden wir Sie zur entsprechenden Prüfung bei der Behörde an.
Ein Lokal unter Ihrer Führung!
Gegen Einsendung dieses Inserats, mit Angabe von Beruf, Alter sowie Adresse und Tel.-Nr. an
Hotel- und Wirtefachschule ALFARING AG, Geerenweg 2, 8048 Zürich
erhalten Sie kostenlos weitere Informationen. 13

ozeania reisen ag
Englisch lernen in: Westaustralien
als Gast einer Familie im pulsierenden PERTH! **Verlangen Sie unsere Sprachschul-Unterlagen**
PHOENIX English Language Academy
für fernreisen 123591
Ozeania Reisen AG **Inh. Bruno Böckli**
Badenerstrasse 12
5442 Fislisbach
Abteilung «Reisen bildet» **Tel. 056/84 01 65**
Fax 056/83 56 03

SPRACHKURSE WELTWEIT
Kostenlose Information und Vermittlung von 70 Sprachschulen weltweit
VARIA LINGUA PLUS
FLUHMATTWEG 10 6004 LUZERN
TEL. 041/51 50 43 FAX 041/51 55 30

Bar-Fachschule
Kaltenbach
Inhaberin: Michèle Galmarini
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 08.00–18.00 Uhr)
Name: _____
Vorname: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____

Weihnachtszeit!
Suchen Sie noch ein Geschenk für Ihre Gäste oder Mitarbeiter?
Die
Öko-Beratung
des Schweizer Gastgewerbes
empfiehlt Ihnen den Umweltkalender 1994 mit vielen praktischen Tips und Ratschlägen.

Der Kalender 1994 kann zum Einzelpreis von Fr. 24.50 plus Versandspesen beimMaterialdienst des Schweizer Hotelier-Vereins, Postfach, 3001 Bern, **Telefon 031 370 41 11,** bezogen werden.

Machen Sie Karriere in der internationalen Hotellerie!

Ein Hotelfachschul-Studium ist faszinierend und öffnet die Türe zur grossen, weiten Welt. Die Neue Hotelfachschule Zürich ist seit Jahrzehnten darauf spezialisiert, Vorwärtsstrebende auf eine internationale Karriere vorzubereiten.

Machen Sie jetzt den ersten Schritt und erlangen Sie das

Hotelfach-Schul-Diplom

Ohne Verdienstausfall. In Ihrer Freizeit. Hochentwickelter Fernunterricht macht dies möglich. Testen Sie selber, wie interessant und leichtfasslich ein Studium sein kann. Verlangen Sie einfach mit untenstehendem Coupon eine Probelektion.
Während der dreijährigen Studienzeit erhalten Sie monatlich eine wohldosierte Anzahl Lehrhefte. Von erfahrenen Fachexperten aus der Praxis für die Praxis konzipiert und verfasst. Nach dem Durcharbeiten senden Sie regelmässig Aufgabenlösungen ein, die Sie individuell kommentiert und korrigiert zurückerhalten. So macht, das Vorwärtskommen Spass. Weitere Details zum Studienablauf finden Sie in unserer Kursbroschüre, die wir Ihnen zusammen mit den ersten Lehrheften zustellen.
Wenn Sie mehr Freizeit in Ihre Karriere investieren möchten, dürfen Sie den Kurs auch schneller absolvieren, also z.B. in 2 oder 1 Jahr. Auch ein vorzeitiger Abbruch ist möglich. Das monatliche Kurshonorar beträgt nur Fr. 198.-, wobei darin neben den umfassenden Schulleistungen auch die Schlussprüfung mit Hotelfachschul-Diplom inbegriffen ist.
Senden Sie einfach den Gutschein ein, und schon in ein paar Tagen erhalten Sie die ersten Lehrhefte kostenlos und unverbindlich zur Probe. Sollte Ihnen dann dieses Studium nicht zusagen, retournieren Sie die Lehrunterlagen innert 10 Tagen, und der Fall ist für Sie erledigt. So oder so behalten dürfen Sie aber die interessante Hotelfachbroschüre und Ihr Überraschungsgeschenk, das wir Ihnen als Dank für Ihr Interesse beilegen.

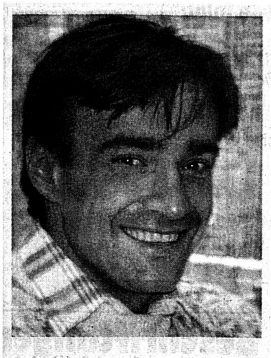
Neue Hotelfachschule Zürich
(Unter Leitung und Mitwirkung von dipl. Hoteliers-Restaurateuren SHV und staatl. Gastgewerbefachlehrern)
Räffelstrasse 11, 8045 Zürich, Tel. 01 /461 03 60

Hotelfachschul-Probestudium-Gutschein

Ja, ich möchte im Hotelfach Karriere machen. Bitte senden Sie mir per Post (kein Vertreterbesuch) das detaillierte Kursprogramm und mein Geschenk (beides darf ich auf jeden Fall behalten) sowie die Lehrhefte des ersten Kursmonates gratis zur Probe. Sollte mir dieser Lehrgang nicht zusagen, retourniere ich einfach die erhaltenen Lektionen innert 10 Tagen, und der Fall ist für mich erledigt. Andernfalls mache ich definitiv am 3 Jahre dauernden Studium mit und erhalte dann monatlich automatisch meine weiteren Lektionen. Ich darf den Kurs auch schneller absolvieren oder vorzeitig kündigen (per Einschreiben mit dreimonatiger Frist auf Ende eines Studienjahres). Das monatliche Kurshonorar beträgt nur Fr. 198.-; ich bezahle es jeweils mit Einzahlungsschein, den Sie mir beilegen.

Name _____ Vorname _____
Strasse _____
PLZ, Ort _____
Schulbildung _____
Telefon _____ Geb.-Datum _____
Ort und Datum _____
Unterschrift _____ 7376
(bei Jugendlichen des gesetzlichen Vertreters) Kein Vertreterbesuch. Keine Anrufe.

No-Shows in Hotels – ein heikles Thema



Christian Hodler, Recht und Volkswirtschaft SHV, Bern

«Das Annullationsrisiko ist für jeden Hotelier ein ungeliebtes Kind. Beim Abschluss von Buchungen wird häufig der leichteste Weg gewählt, das heisst das Problem wird schlichtweg ignoriert. Diese Haltung mag wohl gewissen Marketingüberlegungen entsprechen, aber der Verteilung der wirtschaftlichen Risiken zwischen Gast und Hotelier trägt diese Vogel-Strauss-Politik nicht Rechnung. Eine konsequente unternehmerisch orientierte Grundhaltung verlangt, dass mit dem Gast auch über die Risikoverteilung im Falle einer Annullation gesprochen wird.

Als schadenbegrenzende Massnahmen kommen der Abschluss einer schriftlichen Reglung, die Vereinbarung einer Annullationsklausel samt Anzahlung oder die Vorlage allgemeiner Geschäftsbedingungen in Frage. Ziel ist, eine ausgewogene Mischung von Marketing und verkaufspolitischen Überlegungen zu finden, die sich auf einen bestimmten Betrieb oder eine bestimmte Buchung beziehen. Die Einstellung des Hoteliers, dass seine Leistung eine reine und jederzeit abrufbare Gefälligkeit sei, entspricht nicht mehr dem heutigen Konsumverhalten. Eine schriftliche Bestätigung wird für jede Buchung empfohlen. Aufgrund der heutigen Praxis scheint mir die Vereinbarung einer Anzahlung und einer Annulationsklausel beim Gruppengeschäft zwingend zu sein. Ab einer Buchung von drei bis vier Personen wird dieses Vorgehen ebenfalls empfohlen. Bei eigentlichen Grossanlässen wie Seminaren, Messen, Grossgruppen, Banketten sind detaillierte Vereinbarungen von allgemeinen Geschäftsbedingungen zwingend. Beim Gruppengeschäft ist dies empfohlen.

Es ist wichtig zu wissen, dass der Hotelier das Risiko nur zum Zeitpunkt der Buchung wesentlich einschränken kann. Tut er dies nicht, so gelten später die allgemeinen Regeln des Schadenersatzrechts, die dem Hotelier sowohl den Beweis für den Schaden, als auch für die Höhe desselben auferlegen. Fehlende Beweise oder unsichere Grundlagen führen entweder zur Abweisung der Klage oder aber zur Kürzung der geforderten Schadenssumme durch den Richter.

Selbstverständlich hindert eine konsequente Anwendung dieser Regeln den Hotelier nicht daran, die Annullationsgründe einzelnen zu werten. Es ist offensichtlich, dass ein Todesfall in der Familie des Gastes anders zu behandeln ist, als eine Absage wegen schlechten Wetters, anderweitiger Buchung in einem Konkurrenzbetrieb oder Verschiebung der Ferien auf später. Die Mitarbeiter des Rechtsdienstes des SHV verfügen über eine langjährige Erfahrung in der Beurteilung solcher Fälle. Wir haben es uns ins Pflichtenheft geschrieben, die wichtigsten Grundsätze zu den Annullationsfragen nächstes Jahr in Form einer kleinen Publikation allen Mitgliedern zugänglich zu machen.»

Aus rechtlicher Sicht muss der Hotelier das Risiko für No-Shows nicht allein tragen. Aber wie sagt er es dem Gast? Christian Hodler vom SHV und fünf Hoteliers zur «Theorie und Praxis».

René Donatz, Inhaber des Drei-Stern-Hotels Donatz, Samedan

«Ich verlange nur über Weihnachten / Neujahr eine Vorauszahlung - einen Drittel des Arrangements. In der Hochsaison muss ein kurzfristig absagender Gast den Zimmerpreis für zwei Nächte bezahlen, in der Zwischensaison nicht. Stammgästen, das heisst Gästen, die mein Hotel bereits mehrmals besucht haben, wird nichts verrechnet. Deren Absagen handhabe ich grosszügig, denn ich will diese Gäste auf keinen Fall verärgern. Mit diesem System bin ich noch nie schlecht gefahren.»

Benno Welschen, Inhaber des Zwei-Stern-Hotels Ambassador, Brig

«Im Ambassador arbeiten wir zu zwei Dritteln mit deutschen Carunternehmern. Solche langfristigen Gruppenverträge sind nicht handelbar. Auch wenn übers Jahr gesehen nur drei Viertel aller Gebuchten wirklich kommen, lohnt sich das Geschäft trotzdem. Ich kann höchstens beim nächsten Abschluss die Verträge anpassen. Unsere Individualgäste buchen meistens kurzfristig: Kreuzt dann jemand nicht auf, stelle ich keine Rechnung. Mit Kreditkarten habe ich, als ich noch Direktor im Zürcher Viersternhotels Splügenschloss war, nicht immer die besten Erfahrungen gemacht. Wenn wir die Nacht unter 'No-Show Charges' belasteten, behauptete gut die Hälfte der Leute, sie hätte telefonisch annuliert. Kennt man die Gäste oder die buchenden Firmen nicht, so stehen Aussage gegen Aussage, und es muss eine aufwendige Korrespondenz geführt werden. Denn die Beweislast, dass er sein Zimmer nicht vermieten konnte, liegt beim Hotelier. Lohnt sich ein solcher Aufwand, womöglich bis zur Betreibung? Ist der persönliche Kontakt zum Gast aber etabliert, dann kann man ihm das Problem aus der Sicht des Hoteliers erklären, die Gäste sozusagen erziehen…»

Jean-Philippe Jaussi, Direktor des Vierternhotels Storchen, Zürich

«Seit gut zehn Jahren, führe ich ein einfaches "Milchbüechli", in dem fortlaufend jeder Annulation eine Nummer zugeteilt - und jeweils dem Annulierenden bekanntgegeben - wird. Ein Milchbüechli, das alle nachführen können, auch in den Randstunden, auch der Nachtconcierge. Nachträglich geben wir die Nummer auch noch in den Computer. Ganz wichtig bei diesem - höchst einfachen - Prinzip ist nämlich, dass alle darüber Bescheid wissen. Auf diese Idee kam ich, weil ich langsam alle Ausreden wie "Wir haben telefoniert, die Sekretärin hat annuliert" auswendig kannte. Wenn man die Angriffswaffen kennt, kann man mit Gegenwaffen kontern. Sobald jemand beim Reklamieren nach der Rechnungsstellung merkt, dass wir organisiert sind, reagiert er weniger aggressiv. Dann sind wir in der stärkeren Position, und können allenfalls ein Entgegenkommen anbieten. Zudem wird im Storchen jedem No-Show gleich am nächsten Morgen nachgegangen. Es kann sich schliesslich auch um Missverständnisse handeln. Solche Anrufe betrachte ich als eigentliche Sales Calls: Sie schaffen Kontakte, zudem lassen sich damit vielleicht Beziehungen retten.»

Gérald Dörfler, Inhaber des Dreisternhotels Schiff in Rheinfelden und Präsident der Schweizer Miniôtels

«Für No-Shows haben die Minôtels einen Reservefonds angelegt. Denn bei garantierten, vorbezahlten Reservationen, die weltweit über Grossisten hereinkommen, muss jedes Hotel das reservierte Zimmer bis um 12 Uhr des folgenden Tages halten - Fluggäste können sich ja verspäten. Bezahlt weder der Tour Operator noch der Gast, übernimmt Minôtel die Kosten - der Hotelier kommt garantiert nicht zu kurz. Dieses System gilt europaweit, bringt viel Goodwill und kostet relativ wenig: In der Schweiz etwa 2 000 Franken im Jahr, europaweit 10 000. Bei Individualgästen setze ich auf mein Feeling: Durch einen verägerten Gast kann man zehn verlieren. Bei Stammgästen verlange ich nie etwas, bei andern verweise ich auf das Reglement des SHV.»

Bernard Seiler, Inhaber Vier-Stern-Hotel Seiler Neues Schloss, Zürich

«Seit Kreditkarten uns Garantien geben, ist das Problem mit den No-Shows einfacher geworden. Von meinem Kollegen Jean-Philippe Jaussi vom Storchen habe ich gelernt, jeder Annulation eine Codenummer zuzuteilen. Das macht das Abstreiten schwieriger. Bei Hausgästen ist Flexibilität angesagt. Man muss immer abschätzen, was längfristig mehr bringt. In den Zermatter Ferienhotels meiner Cousins wird jede Reservation schriftlich bestätigt, und der Gast muss das Doppel unterschrieben retournieren. Da hat man einen Vertrag in der Hand.»

Umfrage Eliane Meyer

Kaviar, Lachs und Champagner

Keine Einbrüche im Comestible-Bereich

Optimismus prägt den Comestible-Markt: Champagner ist wieder im Kommen, der Lachskonsum steigt stetig und Kaviar hat kaum Absatz- aber dafür Qualitätsprobleme.

RICCARDA SCHÖN

«Die momentane Lage beim Kaviargeschäft ist zur Zeit einmalig,» umschreibt *Roman Schaetti* Mitarbeiter der Geschäftsleitung von Porimex AG, Lachen - der Marktführer im Kaviarhandel in der Schweiz - die momentane Lage beim Kaviargeschäft. «Die Probleme sind politisch und konjunkturell bedingt,» erläutert Roman Schaetti. «Seit die Sowjetunion auseinanderbrach, entstanden rund um das Kaspische Meer fünf neue Staaten. Diese jungen Länder haben grosse Devisenprobleme, die sie mit Hilfe des Kaviarhandels verringern wollen.» Die Folge sind Überfischung, Schwarzfischerei, Schwarzhandel und geringere Qualität, weil zu junge Störe gefischt werden. Dazu kommt die verschmutzte Wolga. Der Industrieschmutz zerstört den Lebensraum der Störe.

Neue Ursprungsbezeichnungen

Hinzu gesellt sich eine weltweite konjunkturelle Flaute. Etliche Firmen verweigern ihre Spesenritter die Kaviargenüsse im Restaurant. Aber auch in vielen Restaurants ist Kaviar von der Karte verschwunden. Resultat dieser Entwicklung: Der Kaviarumsatz ist zurückgegangen und die Preise für mittlere Qualität sind ins Rutschen gekommen. Dagegen sind die Preise für qualitativ hochstehenden Kaviar konstant geblieben und die Nachfrage ist ungebrochen. Da Kaviar von Spitzenqualität eher noch rarer wird, muss in den nächsten Jahren sogar mit Preissteigerungen gerechnet werden, erklärt Roman Schaetti.

Künftig sollte sich der Fachmann und die Fachfrau auch an Bezeichnungen wie turkmenischer, aseibadschanischer oder kasastanischer Kaviar gewöhnen. Die neuen Staaten beharren auf ihre Ursprungsbezeichnungen und wollen nicht weiter Trittbrettfahrer Moskaus sein. Das macht den Einkauf nicht leichter. Deswegen wendet man sich mit Vorteil an erfahrene Händler, die wissen woher ihre Ware kommt.

Champagner im Kommen

Was passt zum frischen Kaviar am Besten? Champagner. Und der ist wieder im Trend. Seit Mitte diesen Jahres meldet das Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC) wieder steigende Exportzahlen. Die Rezession hat den übersteigerten Preisen der Winzer ein Ende gemacht. 1992 sank der Verkauf von 249 Millionen Flaschen (1989) auf 214 Millionen Flaschen. «Der Konsument akzeptierte die letzten Preissteigerungen nicht mehr, die den Champagner über die 30 Franken Grenze katapulierte,» sagt *Christoph Heeb*, Verkaufsleiter der Diwisa und zuständig für den Verkauf von Lanson Champagner. Folge: Die Champagnerfreunde streikten und übten sich im Verzicht. Doch jetzt wird aufgeholt.

Im Juni verzeichnete das CIVC fast 42 Prozent mehr Importe als im gleichen Monat des Vorjahres. Dieser Trend setzte sich in den folgenden Monaten fort. Grund für die verbesserten Umsätze sind teilweise Preisreduktionen der Champagnerhäuser, von denen die Gäste profitieren. «Wir sind mit unserem Champagnerumsatz eigentlich zufrieden», sagt *André Werner*, Direktor vom Hotel Euler in Basel. Wenn man dem Gast zu diesem oder jenen Gang ein Cüpli vorschlage, reagiere dieser meistens positv. Und die wöchentliche Cüpli-Stunde in der Bar laufe weiterhin sehr gut. Erzählt André Werner und schränkt ein: «Aber auch wir haben gemerkt, dass der Gast spart. Deswegen verhandelten wir mit den Champagner-Importeure und erzielten Preisnachlässe, die wir an die Gäste weitergeben können.»

Wie aus Fachkreisen zu vernehmen ist, räumten Champagnerhäuser der Gastronomie 1,50 bis 2 Franken pro Flasche auf den schon reduzierten Einkaufspreis ein. Moët-Chandon reduzierte die Preise pro Flasche Anfang des Jahres sogar um 10 Prozent. «Seit dieser Preisreduktion läuft das Geschäft wieder. Wir werden nach aller Voraussicht an die Zahlen von 1991 herankommen,» freut sich *Werner Buess*, Verkaufsdirektor von Moët-Chandon.

Die Champagnerflaute konnte in erster Linie durch marktgerechte Preise an der Bar überwunden werden. Zudem wurden Marketing und Verkauf optimiert. So lancierte Lanson Champagner gemeinsam mit renommierten Hotels die Werbekampagne «Le Champagne de la Haute Gastronomie».

Lachs ist kein Luxus mehr

Kein Einbruch verzeichnet zur Zeit der Lachskonsum. Seit der Preis für Zuchtlachs um 20 und 25 Prozent auf 8 bis 12 Franken pro Kilogramm gesunken ist, verlor der Lachs sein Renommé als Luxusprodukt. «In der Schweiz wurde bis vor einem Jahr sehr deutlich zwischen Zucht- und Wildlachs unterschieden,» berichtet *Leo Belser*, Geschäftsführer der Lachsräucherei Dyhrberg AG. Doch seit einem Jahr würde weniger Wert auf diese Unterscheidung gelegt. In der Schweizer Gastronomie hat der Zuchtlachs eine Marktanteil bis zu 95 Prozent. Dass liegt zum Teil an den erheblich niedrigeren Preisen – das Kilogramm Wildlachs ist mit 12 bis 16 Franken, rund 25 Prozent teurer – und der gezüchtete Lachs wirkt optisch kräftiger.

Ein Luxusprodukt ist nach wie vor der Wildlachs, dessen Preis mit dem Dollar gestiegen ist. «Wenn die Wildlachsfänge gut ausfallen,» sagt *Stephan Sutter*, Mövenpick-Direktor Food Schweiz, «drückt das auf die Preise vom Zuchtlachs. Der Wildlachs und die Nachfrage beeinflussen den Preis vom Zuchtlachs. Da die Wildlachsfänge in letzter Zeit schlechter ausfielen, muss auch beim Zuchtlachs mit steigenden Preisen gerechnet werden.

Kaviar Wochen im «Euler» Basel

Vom 10 Dezember bis 30. Januar 1994 offeriert das Hotel Euler in Basel seinen Gästen Kaviarwochen. Präsentiert werden auf der Speisekarte die Kaviarsorten Asetra, Sevruga und Beluga, die mit den typischen Beilagen Toast, Blinis, Pellkartoffeln mit Sauerrahm oder einfach pur gereicht werden. Höhepunkt bildet das von Küchenchef *Laurent Cuttat* kreierte sechsgängige Degustationsmenu mit Austern, Sevruga Kaviar, Turbotin…

RSCH

REKLAME

…fleisch
…hamburger
…wurscht etc.

voilà mérat

mérat + Cie AG
mühlemattstrasse 55 3000 bern 14
tel. 031/45 11 18 fax 031/45 92 00

RADIO TV STEINER
PROFESSIONELLE ELEKTRONIK

HOTEL-TV
●
HOTEL-KOMMUNIKATIONS-SYSTEME

Ihr Partner für Installationen in Hotel- und Gastronomiebetrieben in der ganzen Schweiz!

RADIO TV STEINER AG
Hotelkommunikationssysteme
Junkholzweg 1 / 4303 Kaiseraugst
Telefon 061 811 12 36 /Telefax 061 811 17 53

Zum Jahresende und -beginn erscheint die hotel + touristik revue wie folgt:

Do., 23. Dez. 1993:	Doppelnummer 51/52 (Inserateschluss Donnerstag, 16. Dez. 1993, 17.00 Uhr)
Do., 30. Dez. 1993:	In der Altjahrswoche erscheint keine Zeitung
Do., 6. Jan. 1994:	Nummer 1/'94 (Inserateschluss Mittwoch, 29. Dez. 1993, 17.00 Uhr).

Hotelseifchen/Savonettes pour hôtels
Art. 1223-10

einzeln verpackt, in gefälligem Farbumschlag. Frischgewicht 10 g/pce, carton de 500 pces.

Carton	1	5	10
Fr.	73.50	71.–	69.–

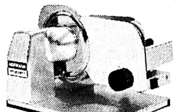
Bestellen Sie noch heute! **Telefon 041 23 65 05**
Veuillez commander dès maintenant! **Fax 041 23 65 04**

Abegglen-Pfister AG Luzern

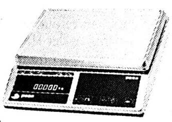
Beschriftungen prompt per Post
Selbstkleber-Schriften und Buchstaben in allen Farben + Grössen
+ Folien, wetterfest, für innen + aussen, für jeden Zweck! 5722 Gränichen FAX 064 31 25 02 ☎064/31 38 76 **Ottlik**

Inserate per Telefax
031 372 23 95

HOFMANN®
WALTER HOFMANN AG



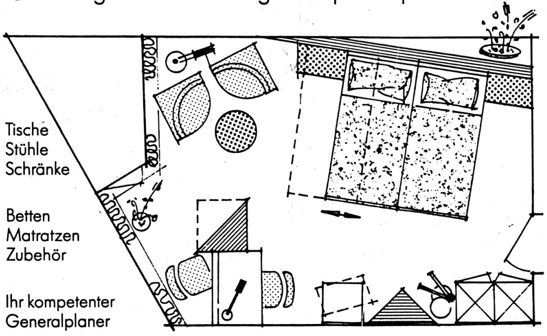
- Messer 22 cm ∅
- Zahnradgetriebe
- Schnelle Reinigung
- Praktische Form



- 30 kg 1-g-Teilung
- Mehrmals tarierbar
- Einfache Bedienung
- Robuste Konstruktion

LANGENTHAL ✆ 063 22 19 37

Zeitgemässe Hotelmöblierung
● fantasievoll ● unkompliziert ● kostensparend
● termingerechte Lieferungen in Spitzenqualität



Tische
Stühle
Schränke

Betten
Matratzen
Zubehör

Ihr kompetenter Generalplaner

KLEINER HOLZMANUFAKTUREN AG
Ossingerstrasse Telefon 054/45 25 25
CH-8526 Oberneunforn TG Telefax 054/45 18 53

Tische, Stühle, Bänke, Barhocker nach Mass, z.B. für Hotels, Bars, Restaurants, Küchen, Privat usw.

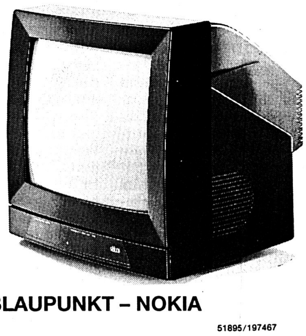
- Individuelle Ausführung – ganz nach Ihren Wünschen
- Günstige Preise
- Qualitäts-Arbeit

Tische Stühle Bänke

Besuchen Sie unsere Fabrik-Ausstellung!
Öffnungszeiten:
MO – FR 08.00 – 11.45 Uhr
13.30 – 17.15 Uhr
SA 08.00 – 11.45 Uhr
oder nach tel. Vereinbarung

keusch
Tisch- und Stuhlfabrik AG
Zentralstr. 21 Telefon 057 / 46 30 00
5623 Boswil Telefax 057 / 46 26 69

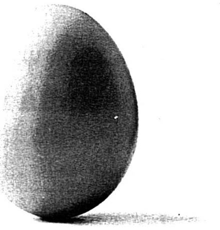
HOTELZIMMER RADIO - TV
UKW oder Telefonrundspruch mit oder ohne Weckuhr, auch als Einbauchassis erhältlich.
Farbfernseher mit oder ohne UKW-Radio (9 Programme UKW)
Ausführliche Unterlagen und individuelle Beratung:
Hotelkommunikation Paul Welker
Postfach, 8305 Dietlikon
Tel. (01) 833 05 58, Fax (01) 833 05 18



SELECO – PHILIPS – GRUNDIG – BLAUPUNKT – NOKIA
51895/197467

Der **Halbverrückte** von der BRASSERIE BASEL STAB MÖVENPICK sagt ein ganz herzliches **Dankeschön** allen Mitunternehmern und Gästen, den Medien und den Behörden für die tolle Zusammenarbeit.
Ab 1. Januar 1994 wird Sie unser Lorenz Meier als neuer Team-Coach des Baselstabs betreuen.
Ich hoffe als District Manager Nord der Mövenpick Gastronomie Schweiz weiterhin auf ein gutes Einvernehmen.
Ihr Thomas Stohr
60700/66710

EXPO FOOD. KEINE MÖGLICHKEIT DER IMITATION.



Mailänder Messegelände 4. – 8. November 1994

GERICHTET AN:
- Internationaler Handel
- Lebensmittelvertrieb
- Restaurant
- Pizzerien
- Gemeinschaftsverpflegung
- Berufsgruppen

STATISTISCHE ANGABEN 1992:
- 60.000 qm Ausstellungsfläche
- 1.100 Aussteller aus 25 Ländern

DIE VOLLSTÄNDIGSTE AUSSTELLUNG DES ITALIENISCHEN PRODUKTS.

EXPO CTS - Ente Manifestazioni Commercio, Turismo e Servizi - Via Serbelloni, 2 - 20122 Mailand - ITALIEN Tel.02/7718.1 Fax 02/783781

FIERA MILANO

EXPO Food
INTERNATIONALE AUSSTELLUNG VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN.

Spezialitätenwochen

Russisches von Thun bis Ouchy

Der russische Geschmack und Magen verträgt von seinen Lieblingsgerichten so viel, dass sich die Mengen nur schwer auf westeuropäische Bedürfnisse umrechnen lassen. Doch auch uns Westlern schmeckt's - russische Spezialitätenwochen finden zurzeit an sechs verschiedenen Schweizer Orten statt.

Schloss Schadau-Wirt *Walter Zimmermann* kam zum ersten Mal mit der russischen Küche in Berührung, als der vor vielen Jahren die grossen Weltmeere befuhr und mit russischen Köchen arbeitete. 1988 führte er zusammen mit Ehefrau B. und Sohn *Gregor* (der als Mitglied der Schweizer Nationalmannschaft der Köche von der Kocholympiade an der Igeho in Basel gerade Gold mit nach Thun brachte) zum ersten Mal russische Spezialitätenwochen durch. Als Köder für die Gäste, die auch während der Wintermonate ins Schloss Schadau kommen sollten. Bis zur Übernahme durch Zimmermanns war das prächtige Haus nur im Sommer geöffnet. «Die Leute waren begeistert - Russland war ein Thema, man kannte die Küche nicht», beschreibt B. Zimmermann. Die Idee wurde vielfach kopiert und in Thun erst in diesem Jahr wiederholt.Für die Dekoration musste nicht viel aufgewendet werden, weil die Architektur des Schlosses bereits an einen russischen Palast erinnert. *RS*

Wo gibt es Borschtsch?

Russische Spezialitätenwochen finden zuerzeit an den folgenden Orten statt:
Restaurant Zar in Basel (während des ganzen Jahres).
Restaurant Troika im Hotel Belvédère in Hergiswil (seit 2. Dezember).
Hotel Royal Savoy in Ouchy (1. Dezember 1993 bis 31. März 1994).
Orient Express ab Weinfelden (vom 10. Dezember 1993 bis 23. Januar 1994 jeweils täglich von Mittwoch bis Sonntag - Reservationen beim Reisebüro Mittelthurgau, Tel. 072 21 85 85).
Hotel Mövenpick in Zug (12. Dezember 1993 bis 30. Januar 1994).
Schloss Schadau in Thun (3. Dezember 1993 bis 30. Januar 1994).
RS

Massandra-Weine

Zarenweine erstmals in der Schweiz

Beinahe wären die Weinberge auf der Krim Gorbatschows Anti-Alkoholkampagne zum Opfer gefallen. Jetzt werden die ehemaliegen Zarenweine zum ersten Mal im Ausland und in der Schweiz präsentiert.

REGULA STUCKI

Die traditionellen Zarenflaschen mit dem Relief des Doppeladlers und der Inschrift «Livadia - Seiner Hoheit Besitz» *Foto: Urs Müller*

Als *Michail Gorbatschow* während seiner Amtszeit ein Alkoholverbot verhängte, befahl er, dass Wodka-Destillerien geschlossen, Rebstöcke ausgerissen und verbrannt wurden. Der Weingutchef von Massandra nahm sich darauf das Leben. Zum Glück konnte aber ein Teil der Weinstöcke gerettet werden. So finden die jungen Jahrgänge 1991 und 1992 jetzt ihren Weg hinaus in die Schweiz.
Felix Christen, Önologe der Globus-Kellereien in Zürich hat das Weingut Massandra vor einem Jahr besucht und war erstaunt: «Der Abstand zwischen den Rebstockreihen beträgt 2 1/2 Meter - weil die Traktore riesig sind.» Die Reben seien teilweise bis zu 60 Jahren alt. «Die Stöcke der Cabernet Sauvignon-Traube sind jung und wurden erst vor 15 Jahren ins Land geschmuggelt.» Das Gut sei in hygienisch einwandfreiem Zustand, «weil alle Röhrenverbindungen aus Glas sind. Der Stahl wurde für Kanonenrohre gebraucht...»

In Massandra werden 24 verschiedene Weine und mehrere Millionen Flaschen pro Jahr produziert. Die meisten der über 1 000 Eichenfässer sind zwischen 20 und 40 Jahre alt. Die Rebhänge erstrecken sich über eine Länge von 70 Kilometer auf einem schmalen Landstreifen zwischen den und dem Schwarzen Meer. Sie sind selten höher gelegen als 150 Meter, einige der besten Lagen befinden sich 70 Meter über Meer.
Das Klima kann mit demjenigen der französischen Riviera verglichen werden. Resulat: Die Trauben erreichen einen Zuckergehalt von bis zu 35 Prozent. In den vergangenen vierzig Jahren wurden die Rebstöcke mit amerikanischen Wurzelstöcken gekreuzt, um der Phylloxera-Krankheit vorzubeugen. Die Pilzkrankheit erreichte die Krim im letzten Jahrhundert, wurde aber früh genug entdeckt und erfolgreich ausradiert.

Der Zar wünschte den Weinbau

Geschichtlich gesehen, fing der Weinbau auf der Krim Ende des 19. Jahrhunderts an. Um 1880 merkte der russische Fürst *Lev Sergervich Golitzin,* dass sich Klima und Trauben der Krim auch für schwere Weine bestens eigneten. Dies bewog Zar *Nikolaj II.*, Besitzer der besten Weinkellereien der Welt zu werden. Tunnelbauer aus Georgien mussten 21 tiefe Stollen ins Granitgestein von Massandra schlagen. Jeder der Tunnel ist mindesten 150 Meter lang, das unterste Stockwerk liegt 62 Meter unter der Erde. Frisches Quellwasser dringt in die langen Gänge ein und bildet eine natürliche Luftfeuchtigkeit, die zwischen 90 und 95 Prozent liegt.
Um den Reifeprozess des Weins zu studieren, legte Golitzin die berühmte Massandra-Sammlung an. Noch heute lagern etliche Weine aus der Zarenzeit in den Kellereien auf der Krim. Die Lagerkonditionen für die Weine werden laut Lagebericht des Auktionshauses Sotheby's höchstens von denjenigen der französischen Champagne übertroffen. 1990 wurde ein kleiner Teil der Weinsammlung versteigert, um die hohen Gewinne in die technische Aufbesserung der Kellereien zu investieren.

Weinsorten von der Krim

Auf dem Schweizer Markt werden zur Zeit drei verschiedene Weine aus Massandra angeboten:
Die Marke Aluschta ist der einzige Tafelwein von Massandra. Er wird aus der Traubensorte Cabernet Sauvignon hergestellt. Nach der russischen Tradition der Süssweine wird die Gärung durch Zugabe von Weinbrand gestoppt. Laut Fachlehrer *Andreas Stucki* von der Höheren Gastronomie-Fachschule SHV in Thun lässt er sich nicht in die «normalen» Cabernet Sauvignons einreihen. Er hat einen ganz bestimmten Eigengeschmack. Der rubinrote Wein, der ein bis zwei Jahre im Eichenfass lagert, besitzt ein leichtes Brombeeraroma. Als grobfiltrierter, naturbelassener Wein eignet er sich vorzüglich für die Lagerung oder als junger Wein zu einem gebratenen Stück Fleisch.
Die russisch-orthodoxe Kirche verwendet den Süsswein Kagor, der ab Jahrgang 1988 erhältlich ist, als Messwein. Er wird mittels einer speziellen Keltermethode aus der Sorte Saperawi hergestellt und hat einen Alkoholgehalt von 15 Grad. Der Wein ist süss und schwer und erinnert an Dörrpflaumen mit Mandeln. Er sollte wie alter Porto getrunken werden und mundet am besten im kleinen Glas zu einem Stück Käse oder einer Frucht.
Der Dritte heisst Zamok. Er wird aus den Traubensorten Cabernet Sauvignon, Saperawi, Morastel, Bastardo magaratschky und Aleatiko produziert. Der Zuckergehalt der Trauben beträgt bei der Lese mindestens 90 Grand Oechsle. Der Wein sollte laut *Silvia Sopranetti* von Fabio Import wie ein Sherry getrunken werden. *RS*

Tessin

Gastgewerbe setzt auf die Karte Winter

Die Wettergötter haben dafür gesorgt, dass das Herbstgeschäft im Gastgewerbe und in der Landwirtschaft zum Fiasko geriet. Unterkriegen lässt sich das Tessin aber nicht: Während noch an der definitiven Schadenbilanz gewerkt wird, gilt die Aufmerksamkeit bereits der Wintersaison.

FRED LAUENER

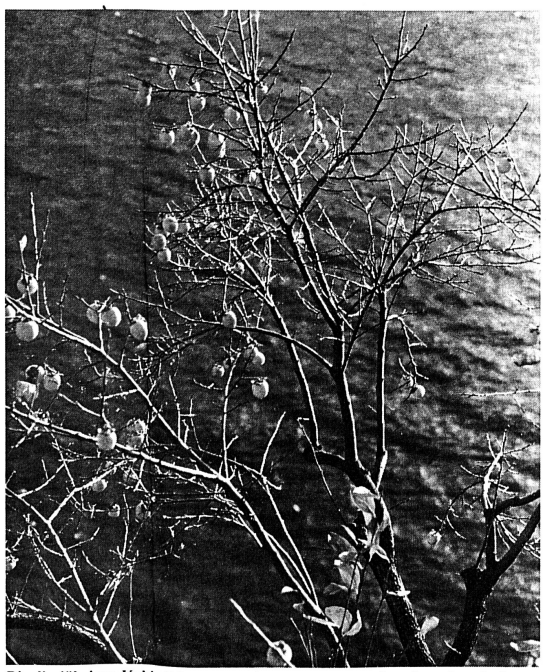
Eugenio Foglia, Direktor des kantonalen Verkehrsvereins «Ente ticinese per il turismo» glaubte noch vor einem Jahr, dass sich die Rezession für den Tessiner Tourismus durchaus nicht nur negativ auswirken müsse. Er setzte auf neue, zusätzliche Gäste; solche, die normalerweise auf die Bahamas oder die Kanaren jetten und sich aus wirtschaftlichen Gründen nun wieder auf das Ferienparadies vor der Haustüre besinnen.
Im Juli und August ging noch alles gut. Zwei sonnige Monate hinterliessen positive Spuren in den Kassen der Branche. Zwar verliessen mehr Spaghettiteller als Chateau-Briands die Restaurantküchen und mehr einfache Merlot-Nostrano-Kelterungen als Baron Rothschilds die Keller, doch unter dem Strich stimmte die Rechnung.

Kulturschäden in hohen Massen

Wohl mehr noch als die Ferienbranche hat die Landwirtschaft unter dem nassen Herbst gelitten. Mais, Raps und späte Tomaten der Bauern in der Magadinoebene fielen den fast ununterbrochenen Niederschlägen im Oktober genauso zum Opfer wie die Reben mancher Winzer. Die Kakis, im Rest der Schweiz als Tessiner Spezialität fast unbekannt, fielen tonnenweise verhagelt und faul von den Bäumen wie die Kastanien. Letztere allerdings fallen bei der Schadenaufnahme nicht allzu schwer ins Gewicht, eine eigentliche landwirtschaftliche Nutzung der Kastanien gibt es im Tessin nicht mehr. Die Kastanien für die traditionellen Castagnate, die Herbstfeste in den Dörfern, stammen aus Italien. Der Sack aus Como wiegt einen halben Zentner und kostet nur rund 50 Franken.
Ging 1992 noch als Steinpilz-Rekordjahr in die Annalen ein, so wird 1993 diesbezüglich zu einem der absoluten Negativjahre avancieren.

Blick nach vorne

Zurück zum Gastgewerbe. Der Winter soll kommen, die Südschweiz ist bereit. Mitte November sprach die Tessiner Regierung einen Kredit von einer Million Franken für die Wiederbelebung des Tessiner Tourismus. Ein Teil des Geldes dürfte in die Kampagne fliessen, die das Tessin als attraktive Wintersportregion neu lancieren soll. Dass es in ganz Europa keinen Winterferienort gibt, der wie Locarno und Ascona den vormittäglichen Skiplausch auf Cardada, die Golfpartie oder den Spaziergang am Nachmittag, den vorabendlichen Apéro gleichentags unter Palmen bei mildesten Temperaturen am Lago Maggiore bietet, wissen zu wenige. Die hiesigen Tourismusmacher wollen das nun ändern. So hoffen sie dieses Jahr mehr denn je auf Frau Holle und die Tessiner Sonne.



Die diesjährigen Kakis fielen im Tessin tonnenweise verhagelt und verfault von den Bäumen. *Foto: Robert Patrinieri*

prodega CASH+CARRY
Gültig vom 17. bis 23. 12. 1993

Schweins-Schulterbraten
dressiert oder gerollt
per Kilo
11.70

Kalbs-Nierenbraten
vom Hals, gerollt
per Kilo
19.80

Brat-Butter
(eingesottene Butter)
Kessel 5 Kilo
per Kilo
10.39

Leisi-Quick Blätterteig
Rolle 4,25 kg
17.95

Thomy Mayonnaise
Kessel 4,25 Kilo
22.40

Braseo Kaffee
Noblesse
Sack 1000 g
8.90

Graveline
Dôle Provins
Flasche 50 cl
3.85
+ Wust

Sumabac DS
Desinfektionsreiniger für die Küche
Bidon 10 Liter
89.90

Prodega CC in:
Biel, Chur, Dübendorf, Givisiez,Heimberg, Kriens, Moosseedorf, Neuendorf, Pratteln, Reinach, Rotkreuz

Ferienhotel Harmony auf der Karibik-Insel St. John

Mit «Sun-Frost»: Ökologisch auf karibisch

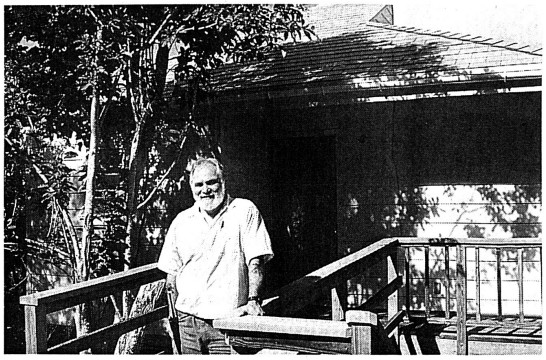
«Das erste Öko-Ferienhotel der Welt» nennt sich das Hotel Harmony auf der Karibik-Insel St. John. Der Anspruch mag etwas übertrieben sein, aber ein faszinierendes Kleinhotel ist das «Harmony» aus recycled Materialien und mit seinem «Öko-Butler» auf jeden Fall.

MARIA PÜTZ-WILLEMS

Die Karibik-Insel St. John besitzt die Grösse Manhattans und die Unantastbarkeit eines Nationalparks: Zwei Drittel der Insel, die zu den USA Virgin Islands gehört, stehen unter Naturschutz. Genau diese Fläche hatte einst ausgerechnet New Yorks Wolkenkratzer-König *Lawrence Rockfeller* gekauft, um sie später dem US-Staat zu schenken unter der Bedingung, alles so natürlich wie möglich zu belassen. Unübersehbar üppig grünt und blüht es deshalb auf den hohen Bergen, an deren Füsse sich vollendet schöne Sandstrände schmiegen. In einem der wenigen bebaubaren Hänge, mit phantastischem Blick auf blaues Wasser, heisst Mitte Dezember das «erste Öko-Ferienhotel der Welt» seine Gäste willkommen. Der Weg zur Öko-Herberge führt durch Natur pur, über Schotterstrassen und Schlaglöcher; das PS-Vehikel stolpert regelrecht zum Maho Bay Campground - einem legendären Zeltplatz aus den siebziger Jahren.

Optisch von Öko keine Spur

Der amerikanische Ingenieur *Stanley Selengut* hatte schon vor 20 Jahren Zeltwände in einen Holzrahmen gepresst und das Ganze auf Stelzen gestellt. 150 Primitiv-Villen ohne Wasser und Strom sind aus dieser Idee entstanden, aber kein menschlicher Fuss wälzt Flora und Fauna platt. Kein Hüttenboden berührt die



Bobby Flanegan an der Türschwelle zur ersten ökologisch orientierten Ferienvilla. *Fotos: Maria Pütz-Willems*

Erde, jeder Gang führt über Brücken. Hoch oben, über diesen Simpel-Quartieren, aber entstehen die acht neuen «Harmony Hotel-Villen». Diese neuen Appartements besitzen ein eigenes Bad, Einbauküche, geflieste Böden und helle Holzmöbel.

Von Öko optisch keine Spur. Trotzdem: Alle Materialien sind recycled. Die «Fliesen» entstanden aus Glas, die Fussmatten aus alten Autoreifen, Balkongeländer und Dach aus Pappe. Und elektrischen Strom gibt es nur, «solange der Vorrat reicht». Solarzellen auf dem Dach und eine Windturbine auf einem nahen Hügel liefern nämlich die Energie. Die exakten Daten speichert ein PC. Stumm steht der «Öko-Butler» im Zimmer und meldet auf Knopfdruck dem Feriengast, ob dieser noch duschen oder lesen darf.

«Sun-Frost»-Kühlschrank

Im Einklang mit der Natur nehmen «Harmony»-Gäste deshalb beim Verlassen des Appartements nicht nur den Hausschlüssel mit, sondern drehen per Schlüssel auch alle Energiequellen im Haus ab. Nur der «Sun Frost»-Kühlschrank bleibt an die Solarzellen gekoppelt. Keinen Strom braucht auch der Solar-Ofen. Er steht nämlich nicht wie Toaster, Mixer oder Mikrowelle in der Küche, sondern draussen auf dem Balkon. Mit seinen vier abstehenden Aluflügeln ähnelt er eher einem futuristischen Sandwich. Er wird bis zu 350 Grad heiss - und das Spiegelei «made by the caribbean sun» brutzelt in Sekunden. *Bobby Flanegan*, Statthalter von Stanley Selenguts Gedankengut vor Ort, lässt alle Recycle-Materialien aus den USA einschiffen, weswegen die acht Harmony-Villen rund 450 000 US-Dollar kosten. Der Bau eines konventionellen Campinghäuschen dagegen verschlingt nur 5 000 Dollar. Vor den Villen stehen Mülltonnen zum Trennen des Abfalls, aber noch ist sich Bobby Flanegan nicht sicher, ob er diese Mühen auch der Inselregierung begreiflich machen kann. Vor einem Jahr lief nämlich die Müllkippe auf St. John über, jetzt wird alles zur Nachbarinsel St. Thomas geschifft. «Noch müssen die Bürger und Feriengäste für diesen Mehraufwand nichts zahlen», sagt Bobby Flanegan, aber er prophezeit: «Auch diese Zeit wird kommen.

Stressfreies Leben erlernen

Vier neue Villen möchte er nächstes Jahr bauen und damit noch mehr Öko-Urlauber, aber auch Prominente anlocken. «Bei uns kann man das stressfreie Leben erlernen», meint der Campingplatz-Boss, und deshalb glaubt er nicht, dass die unzähligen Holzstufen zum Strand für den naturbewussten Urlauber ein Hindernis darstellen. Die Zeit sei reif für andere Resort-Strategien, meint Flanagan. Er versteht die alternative Ferienanlage als eine Art Lebensraumlabor. In dem Masse wie die Gäste in den Computer ihre eigenen Erfahrungen und Daten eingeben, sollen sie auch wissenschaftlich ausgewertet werden.

Letztlich will Stanley Selengut weltweit Resort-Konstrukteure auffordern, stärker über Energiesparlampen, Sensoren zur Stromregulierung, über Zisternen zur Sammlung von Regenwasser, über Wasseraufbereitungsanlagen und biologisch abbaubare Pflege- und Reinigungsprodukte nachzudenken. Gäste, die in den Ferien Ökoforschung betreiben möchten, empfiehlt man, im Dienste der Öko-Wissenschaft mindestens sieben Tage zu bleiben. Jede Person im Doppelzimmer zahlt 525 US Dollar, im Studioappartement 612 Dollar. Ist der Preis zu hoch, zu niedrig oder angemessen?

Bobby Flanagan kann es selbst schlecht einschätzen. Denn das Urlaubervergnügen im Öko-Luxus hat noch keinen Vergleich.

Natur pur auf Stelzen: Die vor über zehn Jahren entstandenen 150 Primitiv-Villen ohne Wasser und Strom.

Teppichböden

Mindestnormen für umweltfreundliche Teppiche

Textile Bodenbeläge geraten oft ins Kreuzfeuer der Kritik, weil sie die Umwelt zu stark belasteten. Dagegen wendet sich seit drei Jahren die freiwillige Branchenaktion «Gemeinschaft Umweltfreundlicher Teppichboden» (GUT). Neben dem Teppich selbst ist aber auch sein Unterhalt von entscheidender Bedeutung.

PIETER POLDERVAART

Schallschutz, Elastizität und damit verbunden die Entlastung der Gelenke, optische Attraktivität sowie Energieeinsparung von vier bis sechs Prozent: Teppiche haben gerade auch in Hotels eine wichtige Funktion. Im Vergleich zu Holzparkett (21 Prozent), Keramik (11 Prozent), Linoleum (8 Prozent) und andere (6 Prozent) liegen Teppiche als Bodenbelag mit 54 Prozent klar in Führung.

Auf der anderen Seite werden auch oft Fragezeichen gemacht, wie weit die Textilböden unbedenklich für die menschliche Gesundheit sind. Dies umso mehr, als Teppiche zu einem hohen Anteil auf der Basis von Kunststoff bestehen.

«GUT»-Label für Teppiche

Als eine der ersten Branchen haben namhafte Firmen der europäischen Teppichindustrie im Dezember 1990 die «Gemeinschaft umweltfreundlicher Teppichboden e.V.» gegründet. Heute sind in diesem Verband mehr als zwei Drittel der Hersteller vertreten, drei Viertel der angebotenen Produkte werden unter GUT-Kriterien hergestellt. «Unsere Maximalwerte von noch zugelassen Problemstoffen liegen um das 10 bis 10 000-fache unter den WHO-Normen», erklärte GUT-Geschäftsführer *Ernst Schröder* an der Tagung «Umweltschutz - eine Aufgabe für die Hotellerie und Gastronomie» anlässlich der Igeho. Um den Öko-Standard zu halten, kontrollieren die drei von der GUT beauftragten Prüfinstitute in Deutschland, Dänemark und Belgien jeweils zehn Prozent der zertifizierten Artikel. An der Tagung wurde weiter erklärt, dass die Kriterien in ein paar Jahren verschärft werden sollen.

Diese Kennzeichnungen bürgen für umweltfreundliche Bodenbeläge. *Foto: htr*

Neue Entsorgungswege gesucht

Vor allem in Deutschland, wo GUT besonders aktiv ist, stellt sich nicht nur die Frage nach der möglichst umweltverträglichen Produktion und ungefährlichen Anwendung. Wie auch in der Schweiz wird die Technische Verordnung Abfall (TVA) schon relativ bald die Deponierung ausgedienter Teppiche untersagen. Verschiedene GUT-Arbeitsgruppen beschäftigen sich deshalb mit Möglichkeiten, textile Bodenbeläge entweder teilweise zu rezyklieren oder unter Energiegewinnung zu verbrennen. Schon heute bestehen jedenfalls Bestrebungen, die Vielfalt der verwendeten Materialien zu reduzieren, um die Entsorgung zu vereinfachen.

Farbe sinnvoll wählen

Weniger Abfall lässt sich auch mit qualitativ hochstehenden, langlebigen Produkten erreichen. Um die Reinigung (vgl. Kasten) zu unterstützen, hilft insbesondere die richtige Wahl der Gewebefarbe. Den verheerenden Einfluss von übermächtigen Designern und Innenarchitekten hat *Hermann Schwitter*, Objektberater bei der Tisca Tischhauser & Co. AG in Bühler/AR erleben müssen: «Der Hotelier wird manchmal schwach, wenn der Innenarchitekt nur auf den Showeffekt aus ist.» Oft sei die Farbwahl wenig praxistauglich, schon nach einem halben Jahr kämen die Reklamationen, weil sich ein Teppich mit heikler Farbe nur schwer reinigen lasse. Besonders heikel sind in diesem Zusammenhang Eingangspartien und Restaurationsflächen.

Schmutzschutz ist out

Was vor zehn, zwölf Jahren noch als Nonplusultra angepriesen wurde, wird heute von Hermann Schwitter offen abgelehnt: Die chemische Ausrüstung des fertigen Teppichs mit einem Schmutzschutz, wie er insbesondere für die vielbenützten «Gehstrassen» empfohlen wurde. Einschlägige Produkte wie etwa Teflon und Scotchguard seien zum einen ökologisch sehr bedenklich. Zum andern ist ihr Nutzen umstritten, denn der Schutzfilm wird beim Begehen und durch die Reinigung rasch abgebaut. «Manchmal wird der Anwender auch im Glauben gelassen, mit einem solchen Mittel könne er sich das Staubsaugen sparen», erzählt Schwitter. Der Schmutz ist aber natürlich in denselben Mengen vorhanden.

Ein anderer Fall ist die Vorbehandlung von gewissen Garnen, die für hochqualitative Teppiche verwendet werden. Durch das raffinierte Brechen des Lichts erhalten diese eine sogenannte «Schmutztarnung». Staubkörner werden so vom Auge weniger schnell wahrgenommen. Doch falsche Hoffnungen sind auch hier fehl am Platz: Auch dieser Trick kommt nicht ohne Staubsaugen aus.

Kontakt: Gemeinschaft Umweltfreundlicher Teppichboden e.V. (GUT), Hergelsbendenstrasse 49, D - 52080 Aachen, Tel. 0049 241 96 79 01, Fax 96 79 222.

GUT-Produktprüfung

Ein Produkt, für das das GUT-Siegel beantragt wird, muss drei Schritte durchlaufen:

1. Schadstoffprüfung
Folgende Stoffe dürfen bei der Herstellung nicht verwendet beziehungsweise im Produkt nicht nachweisbar sein:
- FCKW
- Asbest
- Färbebeschleuniger (Carrier)
- Azofärbemittel mit krebsauslösender Aminkomponente
- Pentachlophenol
- Formaldehyd
- Pestizide
- Butadien
- Vinylchlorid

2. Emissionsprüfung
Folgende Grenzwerte für Einzelkomponenten beziehungsweise Summenparameter müssen unterschritten sein:

Toluol:	0,2 mg/m³
Styrol:	0,01 mg/m³
Vinylcyclohexen:	0,002 mg/m³
4-Phenylcyclohexen:	0,03 mg/m³
aromatische Kohlenwasserstoffe:	0,5 mg/m³
Flüchtige organische Stoffe:	1 mg/m³

3. Prüfung in der Praxis
Der Artikel wird unter definierten Bedingungen über längere Zeit verschlossen aufbewahrt. Ein Prüfkollektiv von sechs bis acht Personen beurteilt den Geruch der Probe. Ist der Geruch nicht ungewöhnlich und deshalb für die Praxis keine Geruchsbelästigung zu erwarten, gilt die Prüfung als bestanden.

PLD

Richtig reinigen

«Die Reinigung, nicht die Abnützung der Teppiche ist das Kernproblem», sagt Objektberater *Hermann Schwitter*. Oft werde nur oberflächlich und flüchtig gestaubsaugt, was zwar optisch genüge, aber keinen Effekt in die Tiefe des Teppichs habe. Dort scheuern die harten Staubkristalle gegen die Fasern und verringern die Lebensdauer des Teppichs.

Eine richtige Pflege teilt sich in die tägliche Reinigung (Staubsaugen, Flecken entfernen), eine Zwischenreinigung (mit Tockenpulver, Shampoo oder Extrudierung) und in eine Grundreinigung (professionelle Flecken-Detachierung). Allerdings muss auch ein saugstarkes Gerät zur Verfügung stehen, das Personal richtig geschult sein und genügend Zeit haben, die Reinigung sorgfältig vornehmen zu können. *PLD*

TTW

AG statt Association

An einer ausserordentlichen GV hat die TTW Association letzte Woche ihre Umwandlung in eine Aktiengesellschaft beschlossen. Sie möchte sich damit auch der Reisebranche öffnen.

Die regionalen Reisebüro-Vereinigungen, die bisher als Trägerschaft des Travel Trade Workshop (TTW) in Montreux auftraten, haben letzte Woche in Bern die Umwandlung ihrer Association in eine Aktiengesellschaft beschlossen. Die neue TTW-AG soll der ganzen Reisebranche offen stehen. Das heisst, dass neben dem Schweizerischen Reisebüroverband SRV auch regionale Reisebüro-vereinigungen Aktionäre werden können, die bisher der Association nicht angehörten. In Bern wurde nicht ausgeschlossen, dass sich auch weitere Organisationen der Reisebranche beteiligen können. Ob als TTW-Investor wohl auch eine WIGRA in Frage käme?

Pierre Kundert, TTW-Direktor, wurde zum Delegierten des Verwaltungsrates ernannt. Weiter ins Führungsgremium gewählt wurden neben dem TTW-Präsidenten *Jack Guberan* neu *Michel Salgues*, Präsident der Genfer Reisebürosvereinigung, und *Jacques Berthoud*, Reisebürovereinigung des Kantons Waadt. Im kommenden März findet die ordentliche GV statt. Bis dahin sollen weiteren Persönlichkeiten der Reisebranche ein VR-Mandat angeboten werden. Schon der nächste TTW 1994 wird durch die AG organisiert. Mit der Aontes (Ausländische Verkehrsbüros) finden im Januar Gespräche statt. Anfang Februar wird dann das neue Konzept des Workshop der Öffentlichkeit vorgestellt. *APK*

ENIT

«Schlagkräftige Strukturen»

Die italienische Landeswerbung ENIT wird unter der neuen Führung von Giancarlo Lunati in Italien und im Ausland neu strukturiert. Für viele Auslandbüros bedeutet dies das «Aus». Auch für Genf, nicht aber für Zürich.

Im April 1993 wurde in Rom dem Ministerium für Tourismus der Todesstoss versetzt. Seither profilierte sich vor allem der Touring-Club-Präsident *Giancarlo Lunati* als ENIT-Kritiker: Mitte Oktober konnte er die ENIT-Leitung als ausserordentlicher Geschäftsführer nun übernehmen. Die italienische Landeswerbung soll nun auf den internationalen Märkten schlagkräftiger werden.

Zu den Restrukturierungsplänen von Lunati gehört die vorläufige Einstellung von zehn der 26 ENIT-Auslandbüros in Europa. Anstelle dieser Büros werden die dort ansässigen italienischen Firmen und Institutionen wie Alitalia oder das Aussenhandelsinstitut ICE Landeswerbefunktionen wahrnehmen. Die ENIT wird so von Fixkosten entlastet, ist doch auch der Staatsbeitrag an die Landeswerbung von 62 auf 50 Milliarden Lire (rund 50 Millionen Franken) gesenkt worden.

Drei Arten von Enit-Büros

Künftig wird es bei der ENIT drei Arten von Büros geben: Elf in strategisch wichtigen Märkten wie New York, Tokio, Wien, Paris, London und Zürich), zweitens ENIT-Personal in 19 Alitalia- und ICE-Vertretungen und drittens 22 ENIT-Vertretungen durch ICE oder Alitalia. Am Römer Hauptsitz verbleiben von den ehemals 13 noch 7 Abteilungen. Die ENIT-Struktur besteht nur noch aus den Pfeilern Promotion und Administration. In Zusammenarbeit mit den Regionen wird die ENIT 1994 und 1995 zahlreiche gesamtitalienische Projekte auffrollen. Stichworte dazu sind «Magna Grecia», «Italien und das Meer», «Seen», «Auf den Pfaden des Mittelalters», «Die europäischen Barockstrassen» oder « Mit dem Auto durch die Dörfer». *r.*

Baumeler mit Baumolino

Den Zeichen der Zeit Rechnung tragen

«Freier, schlanker, günstiger»: Abspecken mit Baumelers neuer Produktelinie Baumolino, Aktivferien à la carte, Mountainbike-Touren, Themenbezogenes Reisen. Die neuen Baumeler-Kataloge tragen dem geänderten Reiseverhalten Rechnung.

ROLF BÜHLER

«Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.» Auch Baumeler, mit Wanderferien gross geworden, mag sich dieser Erkenntnis nicht verschliessen. Denn immer klarer schälen sich vier grosse Reisetrends heraus:

– Individualismus (mehr Freiheit dank niedrigerem Organisationsgrad)
– Gestiegenes Kostenbewusstsein
– Aktivsport auch in den Ferien
– Thematisch bezogenes Reisen.

Natürlich gilt das Profil des klassischen Baumeler-Stammgastes – 52jährige Krankenschwester, ledig und solvent, durchschnittlicher Buchungsbetrag 2 300Franken, siebenfache Repeaterin – nun plötzlich nicht «nichts mehr». Aber (nur) mit ihr allein könne man nicht mehr weiterwachsen, gibt Direktor *Max Bosshard* zu Protokoll. Also schuf Baumeler eine neue Produktelinie:

– Baumolino für Preisbewusste. Motto: «Freier, schlanker, günstiger».
– Aktivferien à la carte, für Individualisten, Familienferien.
– Mountainbike-Touren (mit stationärem Aufenthalt in toskanischem Gutshof).
– Themenbezogenes Wandern (etwa mit Schwerpunkt Blumen, Vogelkunde, Geologie).
– Ausbau im traditionellen Wander- und Veloferienbereich um 28 Destinationen (unter anderen Spitzbergen, Ladakh).

Flexibler auf Reisen

Baumolino stellt sich mit 15 Destinationen von A(ndros) bis Z(ypern) vor, mit Preisen von 690 Franken (Gardasee) bis 2 170 Franken (Südwestirland). Sanft wird das Korsett des Kollektivs gelockert: «Vielleicht möchten Sie lieber mal faulenzen, velofahren, baden, «lädelen» oder gar auf eigene Faust wandern». Preiseinsparungen wurden möglich dank der angehobenen Gruppengrösse (bis 35 Personen), Hotels und Essen mögen jetzt einen Stern weniger haben, vermehrt wird stationärer Aufenthalt mit Rundwanderungen unter Benutzung des öffentlichen Verkehrs angeboten. Schliesslich sind nicht mehr alle Ausflüge, Mahlzeiten, Bahnzubringer Schweiz und Versicherungen inbegriffen.

Wanderer versus Mountainbiker, ein Widerspruch? Ein eigenes Trassee, zum Beispiel Forststrassen, soll dies verhindern.

Süddeutschland im Visier

Den lateinischen Europäer lässt Wandern bekanntlich kalt. Franzosen und Italiener mit roten Socken? Undenkbar! Und in Österreich jenseits des Arlbergs wäre die Kaufkraft nicht vorhanden. Hingegen wurde Süddeutschland schon bisher von Baumeler München erfolgreich bearbeitet. Nun soll der Raum Baden-Württemberg zusätzlich mit einem neuen Prospekt angesprochen werden. Ab Stuttgart oder Frankfurt wird die Destination zielrein bedient und hier entweder mit der Schweizergruppe vereinigt oder «eigene Wege gehen».

Die Reisebüros – bisheriger Anteil 10 Prozent – sollen bei diesem Produktelifting nicht leer ausgehen: Ein attraktiveres Kommissionierungsmodell (11 Prozent ab 10 000 Franken Jahresumsatz inklusive Zusatzleistungen) soll auch sie bei Laune halten.

«Baumolino», das neue Baumeler-Produkt, richtet sich unter dem Motto «freier, schlanker, günstiger» an eine preisbewusste Kundschaft. *Foto: Baumeler*

Swiss Bankers Travellers Cheque/American Express

Zwei Konkurrenten unter einem Hut

Mit der Akzeptanz der Kreditkarten haben die Traveller Checks an Bedeutung verloren. Der Wachstumsmarkt hat sich zum Verdrängungsmarkt gewandelt. Das ist aber nur ein Grund für die Kooperation der zwei Konkurrenten Swiss Bankers Travellers Cheque und American Express Travellers Checks.

SAM JUNKER

Swiss Bankers Travellers Cheque (SBTC) und American Express Travellers Check (Amexco) haben per 1. Januar 1995 ein Kooperationsabkommen vereinbart. Erst ist der Grundsatzentscheid gefallen, Einzelheiten über die Zusammenarbeit sind noch keine bekannt. Wie SBTC-Geschäftsführer *Thomas Beck* gegenüber der *hotel + touristik revue* erwähnte, ist mit Details nicht vor dem Sommer 1994 zu rechnen.

Seit bereits mehr als zehn Jahren besteht ein Kooperationsabkommen zwischen SBTC und Thomas Cook Travellers Check, das auf Ende 1994 aufgelöst werden wird. So bietet SBTC in der Schweiz den Service für die Reisechecks von Thomas Cook und ist für die Verteilung, das Marketing und die Verkaufsunterstützung zuständig. Die gleichen Aufgaben nimmt Thomas Cook für SBTC im Ausland wahr.

Teilweise bekanntes Muster

Die gleichen Aufgaben werden auch Kernstück der neuen Zusammenarbeit zwischen SBTC und Amexco sein. Ihr Hauptgrund jedoch ist die starke, weltweite Marktstellung von Amexco und jener von SBTC in der Schweiz. Durch die zahlreichen Amexco-Niederlassungen auf der ganzen Welt erweitert sich das Vertriebsnetz von SBTC enorm und der Schweizer Check kommt so zu einer globalen Abstützung. Durch die drei Schweizer Grossbanken, denen SBTC gehört, kommt Amexco seinerseits zu einem sehr dichten Vertriebsnetz in der Schweiz. «Amexco ist ein Qualitätsprodukt mit einer hochstehenden Dienstleistung, deshalb ist der Entscheid zugunsten dieses Unternehmens ausgefallen», sagt Beck und verrät damit, dass die Annäherung der Konkurrenten auf Initiative der Schweizer zurückzuführen ist. SBTC lauten immer auf Schweizerfranken, American Express Travellers Checks gibt es in acht starken Währungen, bei denen das Verlustrisiko durch Kursschwankungen gering bleibt. Bei auf Schweizer Franken ausgestellte TC in der Schweiz hält SBTC mit 95 Prozent den Löwenanteil, 5 Prozent davon werden von Amexco ausgestellt. In der Schweiz auf US-Dollar ausgestellte TC laufen zu je 40 Prozent über Amexco und Thomas Cook, 20 Prozent über City Corp., einem weiteren bisherigen Kooperationspartner von SBTC. Mit dem Amexco-Vertriebsnetz wird also auch der Verkauf von SBTC im Ausland stark ansteigen.

Natürlich fragt man sich, ob mit dem Siegeszug der Kreditkarten Traveller Checks überhaupt noch gefragt sind. «Es ist ein Ergänzungsprodukt», erklärt Amexco-Pressesprecher *Roland Weiss*. «Konkurrenz des Traveller Check ist nicht die Credit Card, sondern das Bargeld!» Hier springt der TC in die Lücke und ist im Gegensatz zu Notengeld sofort rückerstattbar, falls ein Verlust ordnungsgemäss gemeldet wird. Oft werde der TC als Notgroschen mit auf Reisen genommen, was das falsche Verständnis des Produktes deutlich mache. Im Allgemeinen sei noch zu wenig bekannt, dass der TC in der Landeswährung fast überall in Restaurants, beim Einkaufen und Tanken direkt wie Bargeld eingesetzt werden könne, also nicht zuerst in die Landeswährung umgetauscht werden müsse.

TC-Verkauf im Reisebüro

Obwohl Travellers Checks fürs Reisen gedacht sind, werden sie im Reisebüro kaum verkauft. Das Abrechnungsprozedere, zu geringe Verdienstmarge oder fehlende Tresorkapazität gelten als Gründe. SBTC-Boss *Thomas Beck* jedoch scheint es logisch, TC über das Reisebüro zu verkaufen, genau wie die Reiseversicherungen. Nachdem die SBTC/Amexco-Kooperation im Detail bekannt ist, will er die Reisebüros deshalb mit Informationsmaterial versorgen. Denn gerade beim Traveller Check sei die Beratung sehr wichtig. Und wer will besser wissen als die Reiseagenten, in welcher Währung und Stückelung die Reisechecks wo am besten dienen… *SJ*

SBB

Bald Reservation über Worldspan?

Worldspan, die Nummer drei im Flugbereich des weltweiten Markts für Computer Reservation Systeme (CRS), will künftig nicht nur im Airline-Segment expandieren. Das CRS möchte vermehrt am internationalen Eisenbahn-Reservationsmarkt partizipieren. Seit Juli dieses Jahres können Reisebüros und Veranstalter, die mit Worldspan verbunden sind, sämtliche Reservationsarten für Individual- und Gruppenreisende auf den belgischen Staatsbahnen SNCB tätigen.

Der nächste Partner auf dem europäischen Schienennetz sollen die Schweizerischen Bundesbahnen SBB werden. Nach Angaben von Worldspan-Marketingmanager *Gerry Samuels* finden zurzeit Verhandlungen mit den SBB-Verantwortlichen statt. Wenn alles planmässig laufe, können ab Frühling 1994 weltweit theoretisch rund 12 000 Reiseagenten Platzreservationen über diesen CRS tätigen. Diese Nischenpolitik von Worldspan dürfte auch für Schweizer Incoming-Agenten von Interesse sein. *SW*

Lufthansa

Ticketpartner wartet am Schalter

Mit ganz originellen Preisvorschlägen wendet sich die Lufthansa an Leute, die über die Wintermonate innerhalb Europas verreisen wollen. Mit dem sehr large auslegbaren Konzept «Freundschafts»-Preise soll das Verreisen zu zweit, zu dritt oder viert besonders attraktiv gemacht werden. Denn seinen Ticketpartner kann man, wenns anders nicht geht, eben gleich vor dem Schalter oder beim Buchen oder über Inserate oder sonst wie finden! Nur die Reisezeit und das Reiseziel müssen identisch sein.

Diese Freundschaftspreise umfassen 45 Ziele in 13 europäischen Ländern: Frankfurt - London zum Beispiel kostet 400 DM, eine Euro-Langstrecke wie Hamburg-Rom 800 DM. Nur: Dieser Preis wird nur von der ersten Person bezahlt, die zweite zahlt dann die Hälfte, etc. Somit können vier Leute für insgesamt 1600 DM von Hamburg nach Rom fliegen… Immerhin, damit es nicht ganz gratis ist: Der Aufenthalt muss einen Sonntag miteinschliessen. *r.*

Balair/CTA

Verzögerter Standortentscheid

Am 10. Dezember hätte der Verwaltungsrat der Swissair-Chartertochter Balair/CTA wichtige Entscheidungen treffen sollen. Hat er aber nicht. Inzwischen kursieren die Gerüchte: Soll nicht besser die Crossair das Chartergeschäft übernehmen?

ALEXANDER P. KÜNZLE

Das Chartergeschäft wurde bei der Swissair seit langem vernachlässigt, zumindest seit man sich im Balsberg vor allem mit Alcazar zu beschäftigen hatte. Und als Balair 1992 mit der CTA den Merger zu vollbringen hatte, blieb vieles auf der Strecke: Sowohl die Planung, der Vertrieb (Direktverkauf) als auch die Personalpolitik verzeichneten ein Drunter- und Drüber, und das ausgerechnet in den denkbar schwierigsten Zeiten für die Flug- und Reiseindustrie. Als ob der populäre Werbeträger *Banni* selber zum Rechten sehen würde… Am 10. Dezember hat der Balair/CTA-Verwaltungsrat die Standortfrage – nur Genf statt Zürich-Basel-Genf – auf den 14. Januar 1994 vertagt, wie kürzlich zu vernehmen war. Inzwischen seien, so liest man in der «Handelszeitung» vom 9. Dezember, die Verluste auf 20 bis 30 Millionen Franken angeschwollen. Schweizer Charterkenner stellen vor dem Hintergrund eines wenig aktiven Verwaltungsrates, eines anscheinend unzufriedenen Balair/CTA-Personals den Turnaround beim eigentlich populären Charter-Carrier in Frage. Unnötig viel Geschirr im Umgang mit der Reisebranche zerbrach die Balair/CTA-Führung auch mit den Andeutungen, in den Direktverkauf einzusteigen.

Diskutiert wird auch schon ganz öffentlich das Einbinden der Balair/CTA in die Basler Crossair, die zwar «nur» regional operiert, aber dafür eine funktionstüchtige Reservationszentrale, eine eingeschliffene Corporate Culture und ein operationables Linien/Charter-System aufweist.

Grossveranstalter Deutschland

Gästeplus von fünf Prozent erwartet

Die drei deutschen Grossveranstalter TUI, NUR Touristic und ITS Reisen blickten bei Vorlage ihrer Jahresergebnisse 1992/93 zufrieden zurück und voller Zuversicht auf die derzeitige Buchungsentwicklung.

SYBILL EHMANN, FRANKFURT

Die deutschen Grossveranstalter TUI und NUR Touristic erwarten 1993/94 ein Gästeplus von rund fünf Prozent und die TUI auch ein entsprechendes Umsatzplus. NUR glaubt nicht an große Umsatzsprünge, ITS allerdings rechnet mit einem Zuwachs von zwischen fünf und zehn Prozent. ITS bezieht sich hierbei auf ein erneut vergrössertes Angebot sowie auf eine fortschreitende Europäisierung des Unternehmens. Hier wird vor allem auf das Kuoni-Fernreiseangebot auf dem deutschen Markt verwiesen, womit man Kuoni zum führenden Fernreiseanbieter in Europa machen möchte sowie auf künftige Abflugs-Möglichkeiten ab Amsterdam mit Martinair.

Deutsche Ferienreisende können sich auch im kommenden Jahr auf sinkende Preise freuen. *Foto: Alexander P. Künzle*

Sinkende Reisepreise

Von ITS wurden deutliche Preissenkungen vor allem für Spanien, Italien, die Türkei, Griechenland und Tunesien genannt, NUR nennt Nachlässe von 12 bis 18 Prozent für Italien, Zypern, die Algarve sowie vor allem für Sevilla und von 6 Prozent für die meisten anderen gängigen Ziele. TUI – die in diesen Tagen voller Stolz ihren 25. Geburtstag mit 2 500 geladenen Gästen begangen hat – will zukünftig das Gerangel um die besten Prozente nicht mehr mitmachen. Dennoch, so TUI-Vorstand *Jürgen Fischer*, seien die Flugreisen insgesamt gesehen wesentlich günstiger als im Vorjahr. Teurer wurden jedoch Reisen in Deutschland, nach Österreich, Holland, Belgien und in die Schweiz, jedoch deutlich unter der Inflationsrate – sehr viel billiger wird Italien angeboten. Auch bei ITS wurden die Schweiz und Österreich teurer.

Alle Veranstalter haben im abgelaufenen Jahr von der Reisefreudigkeit der Ostdeutschen Bürger profitiert – ITS nenne 277 000 Gäste – alles in allem gehen die Veranstalter, vor allem die TUI, aber nun dazu über, diese Gästegruppe nicht mehr getrennt auszuwerten, weil sich die durchschnittlich ausgegebenen Reiseausgaben immer mehr aneinander angleichen.

Deutliche Europäisierung

Die TUI konnte jetzt drei sich bereits seit Monaten im Gespräch befindlichen Entwicklungen bestätigen. So ist es nun ausgemachte Sache, dass die TUI-Tochter Airtours International in eine neue Firma eingegliedert wird, an der sich die Luftansa zu 50 Prozent beteiligen wird. Weiter hat der Aufsichtsrat den Verkauf von bisher an der Hapag-Lloyd AG gehaltenen zehn Prozent Anteilen zugestimmt. Aus den hieraus resultierenden 108 Millionen DM will man laut TUI-Vorstandssprecher *Ralf Corsten* «Sachen finanzieren, die interessant sind». Deutlich betonte Corsten an anderer Stelle auch den Anspruch der TUI auf eine immer stärkere Europäisierung des Unternehmens, wobei die Schweiz aber für ihn «schwieriges Terrain» darstelle. Schliesslich wird TUI künftig über den Vertriebskanal des Quelle Versandhauses (über Katalog, Telefon und 169 Reisebüros) Reisen verkaufen und für diese Aktivität eine eigene Firma gründen, an der Quelle zu 51 Prozent beteiligt sein wird.

Umsatz- und Teilnehmerzahlen

	Teilnehmer 92/93		Umsatz in DM	
TUI	3,2 Millionen	(+2,4%)	3,9 Milliarden	(+6,1%)
NUR	2,5 Millionen	(+5,0%)	2,7 Milliarden	(+6,7%)
ITS	1,06 Millionen	(–0,9%)	956 Millionen	(+2%)

Zahlen der jeweiligen Gruppe einschliesslich in- und ausländischer Beteiligungen:

	Teilnehmer		Umsatz in DM	
TUI	4,4 Millionen	(+1,9%)	6,5 Milliarden	(+7%)
NUR	3,2 Millionen	(+5,6%)	3,4 Milliarden	(+7,3%)
ITS	—		2,98 Milliarden	(+4%)

TOURISMUS

Improve your English in a sunny, relaxed atmosphere!

Fort Lauderdale, das "Venedig" Floridas, erwartet Sie!

★ Flug ab/bis Zürich mit den besten Airlines
★ Sprachkurs nach Wahl inklusive Lehrmaterial
★ ganzjähriges Kursprogramm – auch Langzeitkurse
★ Unterkunft nach Ihren persönlichen Wünschen
★ In Ihrer Freizeit entdecken Sie die Schönheiten des "Sunshine State" der USA

FLORIDA LANGUAGE CENTER

Unsere Schule gewährleistet:
angenehme Unterrichtsatmosphäre in speziell ausgestatteten Räumen, qualifiziertes Lehrpersonal, lebendigen Unterricht, nette Kontakte zu Mitschülern und Lehrern, umfangreiches Freizeitangebot!

Beispiele:
Hauptkurs 4 Wochen Gastfamilie/HP ab SFR 3.497.-
Minigruppenkurs 2 Wochen Pine Crest Appartements ab SFR 3.049.-
jeweils inklusive Flug, Sprachkurs und Unterbringung.

Nähere Informationen – auch zu weiteren Kurszentren auf Malta und in Torbay/GB sowie Partnerschulen in 9 anderen Ländern – bei:

LAL LANGUAGE AND LEISURE SPRACH REISEN

Kriesbachstrasse 4
8600 Dübendorf
TEL.: 01/822 22 60
FAX: 01/822 22 51

LAL Sprachreisen ist ein Tochterunternehmen der **CA Fernreisen AG**

Ausserdem: umfangreiches USA/Kanada-Programm, Hawaii-Spezialkatalog sowie Australien, Neuseeland, Südsee!

Crossair

Ticketpreis-Awards für Agenten

Crossair verlieh vergangene Woche einen High- sowie einen Low-Yield-Award. Mit dem neuen «Flug-Oscar» wurden die Reisebüros mit dem durchschnittlich höchsten beziehungsweise tiefsten Preis pro verkauftem Crossair-Flugschein ausgezeichnet.

Anlässlich des traditionellen Weihnachtsessens der Crossair-Geschäftsleitung mit Partnern und Agenten aus der Region Basel diesseits und jenseits der Grenzen verlieh Crossair-Verkaufsleiter *Hans Maurer* erstmals den High-Yield- und den Low-Yield-Award. Ausgezeichnet wurden die Agenten mit dem höchsten, beziehungsweise tiefsten Durchschnittspreis pro verkauftem Crossair-Ticket. Mit dem Durchschnittspreis von Fr. 428.97 pro Ticket gewann Ekoreisen AG in Olten das Rennen aus der einen, nämlich hohen Perspektive. Alle Mitarbeiter von Ekoreisen dürfen deshalb zum höchstgelegenen Bahnhof der Schweiz, dem Jungfraujoch reisen. Ein eingerahmtes Dokument erinnert zudem die Belegschaft während eines Jahres an den Gewinn. Dabei handelt es sich jedoch um einen Wanderpreis, der nach dreimaligem aufeinanderfolgenden Gewinn in den Besitz des Agenten übergeht.

Mit Fr. 216.90 pro verkauftem Ticket erreichte Frossard Reisen aus Basel den tiefsten Durchschnittspreis. Auch hier gewann das Reisebüro einen Wanderpreis und die Mitarbeiter dürfen – logischerweise – zur tiefstgelegenen Schweizer Bahnstation reisen. Weit indessen wird diese Reise nicht gehen. Wie Hans Maurer dem Gewinner mitteilte, handelt es sich bei dieser Bahnstation ausgerechnet um Münchenstein, Kanton Basel Land… *SJ*

Amexco

Meilen sammeln beim Friseur

Benutzt man seine Amexco-Karte in Deutschland für den Kauf von Kleidern, den Blumenstrauss, für das Benzintanken oder zahlt man mit der Karte gar den Friseur – mit dem Membership Miles Program wird man in Zukunft dabei unversehens um Bonuspunkte reicher.

Im Rahmen eines «Membership Miles Program» bietet American Express ihren Kunden in Deutschland ab sofort das Sammeln von Bonuspunkten beim Einkaufen an. Im ersten Jahr sogar ganz gratis. Vom zweiten Jahr an kostet die Teilnahme für Inhaber von Goldkarten 70 DM und für diejenigen von einfachen, grünen Karten 50 DM pro Jahr. Inhaber von Platinkarten kommen umsonst davon. In der Schweiz wird das Amexco Membership Miles Program noch nicht angeboten. Da jedoch Swissair mit im Spiel ist, dürfte seine Lancierung hierzulande nur eine Frage der Zeit sein.

Und so geht's: pro zehn ausgegebener Mark gibt es eine Gutschrift über eine Meile. Hat man 750 Meilen angesammelt, das heisst, Ausgaben in Höhe von 7 500 Mark erreicht – und zwar überall dort, wo Amexco-Karten angenommen werden – kann man diese bereits abrufen. Und: ein Verfalldatum für angesparte Meilen gibt es nicht.

Die an dem Modell teilnehmenden Fluggesellschaften sind Swissair sowie Air France, Austrian Airlines, Continental und SAS. Das Meilensammeln bei diesen Airlines ist doppelt günstig, da man als Mitglied des Amexco-Meilen-Programms neben den direkten Abmachungen mit den Fluggesellschaften die Amexco-Meilen noch zusätzlich gutgeschrieben bekommt. Bei den Hotels macht die Dorint Gruppe, Arabella, einige Romantik Hotels sowie Steigenberger mit. Hertz und Avis sind als Autovermieter dabei.

In Deutschland verstösst dieser neuerliche Coup von Amexco eindeutig gegen das Rabattgesetz. Aus diesem Grund tritt in Deutschland American Express France als Anbieter auf. Da das deutsche Rabattgesetz aber in Kürze von Brüssel aufgehoben werden dürfte, stellt sich das Problem ohnehin kaum noch. Beim deutschen Reisebürogewerbe herrscht zwar Genugtuung darüber, dass Lufthansa sich bisher an der Aktion nicht beteiligt, ob die Freude aber von langer Dauer sein wird, muss bezweifelt werden. *SE, Frankfurt*

REISE NEWS

Kreditkarten/SRV: Null-Lösung als Ziel

An der SRV-Fachgruppen-Sitzung Kreditkarten vergangene Woche fragten die Retailer die grossen vier Veranstalter Kuoni, Imholz, Hotelplan und Travac, wie sie sich zum Kreditkarten-Kommissionssatz-Anteil von 1,25 Prozent stellen. An der Generalversammlung des Schweizerischen Reisebüroverbands Ende November war ein Antrag eingebracht worden, wonach die TOs die Retailer von der Kreditkartenkommission entlasten sollten, weil nur die TOs sie in ihre Preise einkalkulieren können. «Damit dieses Kommissionssatz-Projekt weitergeführt werden kann», so *René Loosli* als Fachgruppen-Verantworlicher, «bleibt man vorläufig bei der 1,25-Prozent-Version. Unser Ziel, die Null-Lösung, werden wir als Retailer nicht aus den Augen verlieren. Es geht dabei nicht um ein Machtspiel zwischen TOs und Retailer, sondern um ein Anliegen des Wiederverkaufs.» *r.*

1000 ACI-Flughäfen zwischen Buchdeckeln

Der internationale Flughafenverband (ACI) hat soeben die Ausgabe 1993/94 des Adressbuchs seiner Mitglieder herausgegeben. Auf rund 670 Seiten enthält das Nachschlagewerk die Namen und Adressen der ACI-Vollmitglieder (weltweit mehr als 1000 Flughäfen) von Aarhus, Dänemark, bis Zürich, Switzerland, sowie der assoziierten Mitglieder (Organismen und Unternehmen).

Unter den Namen der Mitglieder werden die kompletten Adressen mit Telefon- und Faxnummern, Namen der Direktoren und anderen Ansprechpersonen sowie die Passagierzahl für 1992 aufgeführt. Bei den assoziierten Mitgliedern wird ein kurzer Abriss ihrer Ziele und Tätigkeiten angegeben. Das Handbuch ist zwar für die ACI-Mitglieder bestimmt, und die darin enthaltenen Informationen sind entsprechend aufgebaut. Es wird jedoch auch an Aussenstehende abgegeben. *KH*

Airports Council International, P.O. Box 125, CH-1215 Genf 15 Flughafen, Tel. (022) 798 41 41, Fax (022) 788 09 09, Preis: SFr. 300.—

Marketing-Abkommen zwischen United und Thai

United Airlines und Thai Airways haben ein Marketing-Abkommen abgeschlossen. Sie werden ihre Flugpläne sowie bestimmte Verkaufsförderungs- und Marketing-Aktivitäten koordinieren. Die zwei Fluggesellschaften haben zudem eine Absichtserklärung für ein umfassenderes Marketingabkommen abgegeben, welches Code-Sharing und die Nutzung weiterer Synergien enthalten wird. *KH*

Lufthansa bald als Billig-Carrier

Presseberichten zufolge erwägt die Deutsche Lufthansa die Schaffung einer Billigfluglinie. Unter dem Arbeitstitel «Euro-Shuttle» wird derzeit die Einführung eines Niedrigpreis-Produktes untersucht, das neben dem traditionellen Flugangebot des deutschen Carriers ähnlich wie in den USA zu bis zu 40 Prozent niedrigerer Tarife auf den Markt kommen könnte. In den USA machen zum Beispiel Continental Airlines mit ihren «Peanut-Tarifen» zu 60 Dollar oder Southwest mit nur 19 Dollar auf der Strecke zwischen Cleveland und Baltimore von sich reden. Gespart werden könnte bei der Lufthansa wie bei den Amerikanern vor allem am Bordservice und bei der Bodenbetreuung sowie der Flugzeugreinigung, die nicht mehr im Eigenbetrieb durchgeführt werden würde. *SE*

InterRail

Neuer Bahnpass für Jugendliche

Nachdem das jahrzehntelang erfolgreiche InterRail-Ticket für europaweite Bahnfahrten von Jugendlichen vor einiger Zeit unter den Beschuss vor allem südeuropäischer Staatsbahnen geraten war, scheint man sich jetzt wieder auf ein neues Konzept geeinigt zu haben. Die Netzkarte für Junge und Studenten bis 26 Jahre bleibt wie früher.
Neu kommt eine Aufteilung Europas in Zonen dazu. Ab kommendem April kostet nun der Global-Pass für alle Zonen, von Marokko bis Finnland und für einen Monat unbeschränkt etwa 600 Franken. Ein Pass für eine Zone, zum Beispiel von Polen über die Tschechei und Kroatien, Rumänien bis Bulgarien (bis zu sieben Länder) für 15 Tage kostet bis zu rund 400 Franken. Im weiteren gibt es einen InterRail für zwei und für drei Zonen. Weitere Zonen sind zum Beispiel Iberien und Marokko, Grossbritannien und Irland, Frankreich plus Benelux. Auch für bestimmte Fährverbindungen erhalten InterRail-Passahalter Ermässigungen.
Das InterRail-Angebot wird wie bisher ergänzt durch EuroDomino: Damit sind jene Jugendliche angesprochen, die nur wenige Länder besuchen wollen. Solche Netztickets gelten dann für jeweils 3, 5 oder 10 Tage pro Land innerhalb eines Monats. Darin enthalten ist auch ein Abschlag im Tarif für die Anreise. *APK*

Staukosten

180 Milliarden Franken jährlich

Auf rund 180 Milliarden Franken jährlich werden die Staukosten geschätzt, die in Europa anfallen. Der europäische Hochgeschwindigkeitsverkehr auf der Bahn müsse deshalb so schnell wie möglich forciert werden, so zitiert die deutsche Monatszeitung «Blickpunkt Bahn» deutsche Verkehrspolitiker in ihrer November-Ausgabe. Was die Privatisierungsbemühungen rund um die Bahnen betrifft, so sollen die Eigentumsrechte am Fahrweg bei den Bahnen verbleiben. Was das Fahrzeug, das heisst die Zugskompositionen betreffe, so können diese unternehmerisch betrieben werden. In Deutschland läuft gegenwärtig eine Privatisierungsdiskussion rund um eine Deutsche Bahn «DB AG». *APK*

REISE-NEWS

Italien: Torino-Napoli in vier Stunden

Auch die Ferrivie dello Stato (FS) bauen ihre Hochgeschwindigkeits-Trassees aus. Zwischen Florenz und Rom sind 300 der 316 Kilometer bereits neu trassiert. Die Strecke Rom - Neapel wird als prioritär erachtet, weil das Potential an Reisenden nirgends so gross ist wie hier. Auch Torino–Milano–Bologna–Florenz soll eine Neubaustrecke erhalten. Die rund 470 km ermöglichen dann einen direkten Hochgeschwindigkeitsverkehr von Torino bis nach Neapel - in nur vier Stunden. Oder, in anderen Worten: Neapel wäre bis nach Oslo mit einem Hochgeschwindigkeitsbahn - Trassee verbunden. *US*

TGV Lyon-Turin beschlossen

Rom und Paris haben Ende November endgültig beschlossen, die Bauarbeiten für den Hochgeschwindigkeitszug TGV zwischen Lyon und Turin/Mailand in Angriff zu nehmen. Die neue Strecke, für die ein Tunnel von 54 Kilometer zwischen St.Jean-de-Maurienne und Susa gebohrt werden muss, wird Paris in 3 Stunden 15 Minuten an Turin anschliessen (jetzt 6 Std. 10 Min.). Mailand in 4 Stunden, Rom in 7 Stunden 15 Minuten.
Neben dem Passagierverkehr soll die Strecke auch einen Teil der zwischen Italien und Frankreich verschobenen Fracht übernehmen, um die stark befahrenen Strassen und Tunnel der Alpen zu entlasten. Paris und Madrid haben ihrerseits den Bau der TGV-Verbindung zwischen Montpellier und Barcelona beschlossen; die Strecke soll im Jahre 2005 in Betrieb genommen werden. Der TGV Ost in Richtung Strassburg und weiter nach Deutschland ist ebenfalls beschlossen und wird im Jahre 2000 aufgenommen. *HAS*

Hochgeschwindigkeits-Züge

Goldenes Bahn-Zeitalter bricht an

Während in der Schweiz der politische Rotstift an der Bahn-Infrastruktur angesetzt wird und die Konzentration im touristischen Bahntransport-Geschäft fortschreitet, bereitet sich Europa auf ein zweites Goldenes Schienen-Zeitalter vor. Die Verträge über den künftigen Schnellzug-Verkehr werden bereits aufgesetzt und unterzeichnet. Mit den neuen Möglichkeiten nimmt auch die Konkurrenz ständig zu.

ALEXANDER P. KÜNZLE

Während Hochgeschwindigkeits-Strecken im Jahre 2010 grosse Teile Europas von Sevilla über Lyon bis tief nach Süditalien geplant sind, verkehren durch die Schweiz Hochgeschwindigkeitszüge nur auf verbesserten Streckenabschnitten der Intercity-Routen. So jedenfalls planen Europas TGV- oder ICE-Produzenten GEC-Alsthom beziehungsweise Siemens Transportation Systems. Andererseits beflügeln die guten Erfahrungen in Englands Privatisierung von Flughäfen die Privatisierung von Bahnhöfen, Bahnstrecken und Zügen, wie zum Beispiel auch im Umfeld des letzten World Travel Market in London von Ausstellern betont wurde.

Deregulierung auf der Schiene

Der Reiseindustrie steht wohl bald ein recht verändertes europäisches Transportwesen zur Verfügung: Nach der Deregulierung im Flugwesen, die nicht umbedingt für alle Veranstalter und Retailer von Vorteil war, könnte sich eine ähnliche, wenn auch nicht derart extreme Änderung in der Schienen-Transportbranche abzeichnen. Nur offenbar mit umgekehrten Vorzeichen: Während in der Flugbranche die Privatisierung die starke Überkapazität erst richtig aufgezeigt hat, sieht es im Hochgeschwindigkeits-Segment auf der Schiene vorerst noch nach Unterkapazität aus. Die Öffnung des europäischen Binnenmarkts hat in der Transportbranche eine Umbruchsstimmung ausgelöst, von der wir in der Tourismusindustrie erst die Anfänge verspüren.

HB Zürich als Bahn-Hub

Inwieweit der Bahn-Privatisierungstrend privates Kapital für Züge und Schiene bringen wird, zeichnet sich noch nicht ab. Aber die gewaltigen Infrastruktur-Investitionen überfordern die Regierungskassen, zumindest in der Schweiz: Denn während sich Bundesrat *Adolf Ogi* kürzlich vor der Presse zum Sparen oder Investitionsbeschneiden bei den Schweizerischen Alpen-Tunnelprojekten äussern muss, arbeiten Franzosen und Deutsche am Ziehen geradliniger Schienenstränge durch ihr Land.
Kommt es bald wieder soweit, dass in Reisebüros und Travel Agenturen wie vor dem Zweiten Weltkrieg mehr über DB, British Rail oder SNCF als über Lufthansa, British Airways oder Air France gesprochen wird? Der Hauptbahnhof Zürich wird dank seiner zentralen Lage ohnehin in Europa eine Art Bahn-Hub werden. Gegenwärtig läuft im internationalen Railway-Business viel an Planung und Verträgen, das die Transportstrukturen Europas in wenigen Jahren stark beeinflussen dürfte. Die Hochgeschwindigkeits-Züge dürften nach Schätzungen der Produzenten GEC-Alsthom und Siemens ungefähr ähnlich wachsen wie die Autobahnen oder die Telekommunikation.
Dementsprechend zunehmen wird auch die Konkurrenz, denn das Bahn-Umfeld der späten neunziger Jahre wird von der Privatisierung geprägt sein. Deutsche ICE-Züge verkehren momentan zwischen Hamburg im Norden und Berlin, Frankfurt, München, Stuttgart und Zürich im Süden. Für 1994 plant die DB, Wien dem ICE-Fahrplan anzuschliessen. Die neueste geplante TGV-Linie Paris-Strasbourg dürfte den TGV tief in deutsche Lande führen, vorerst nach Köln. Zusammen mit Paris-Brüssel-Amsterdam sind dafür schon weitere 27 TGV-Kompositionen bestellt worden.

Rund 700 TGVs und ICEs

Bisher wurden weltweit bereits 570 TGVs bei GEC-Alsthom fabriziert oder bestellt, und bei Siemens liegt die Ziffer bei 120. Das sind Zahlen, die europäisch oder sonst regional operierende Fluggesellschaften wohl stark zu spüren bekommen werden. In Europa wird es Aufgabe der Zugshersteller sein, mit Multisystemen durch das Chaos von Gleich-, Wechsel- und englischen Stromsystemen Hochgeschwindigkeit ohne Unterbruch anbieten zu können. Ein Problem bleibt, das wohl durch den verstärkten Wettbewerb zwischen den Produzenten GEC Alsthom und Siemens einerseits sowie den (privaten?) Bahngesellschaften anderseits gelöst werden könnte. Noch sind sowohl Hochgeschwindigkeits-Züge als auch ihr Betreiben eindeutig zu teuer.

Noch ist der Überbau traditionell. Doch das europäische Eisenbahn-Bild täuscht: Unter der altehrwürdigen Kuppel der Jahrhundertwende-Architektur wächst eine neue Transportstruktur heran, mit der sich die Reiseindustrie anfreunden muss. *Foto: Alexander P. Künzle*

Kuoni/Railtour Suisse: Schiene und Grösse

Vor den Augen der Schweizer Reisebüros beginnt sich die Deregulierung auch des Schienen-Transports mit dem Trend zur Internationalisierung und den Rezessionsfolgen zu vermischen. Durch die kürzlich erworbene Stimmenmehrheit beim Bahn-TO Railtour Suisse will sich Kuoni zum in der Schweiz dominaten Bahn-Veranstalter entwickeln (siehe *htr*-Rundfax vom 9. Dezember). Kuoni hielt als Railtour-Aktionär bereits 1021 Namenaktien (12,8 % der Stimmen). Die SBB verkauften ihre 2000 Aktien (25%), die Seeland-Bank (SBV) 818 (10.2%), so dass Kuoni auf 48% Stimmenanteil kam. Die restlichen 2,1% kaufte man aus dem von der SBB für die Railtour treuhänderisch verwalteten Aktiendepot unter Zustimmung des Railtour-Verwaltungsrates und hatte somit die Stimmenmehrheit von 50,1%. Dies wurde nun auch vom Kuoni-VR bestätigt. Ob sich die Retailer auf ein Zusammenlegen der Umsätze für eine schnelleres Erreichen der Superkommission freuen können, ist fraglich. Railtour bleibt, wie Popularis und Privat Safari, als eigene Marke selbständig. *APK*

REISE-NEWS

«Le Shuttle»: Hertz ist Prioritätspartner

Der Marktleader in der Autovermietung ist kürzlich «Prioritätspartner» des britisch-französischen Eurotunnel-Transportsystems «Le Shuttle» geworden. Dieses wird im Mai 1994 den Betrieb zwischen Calais und Folkestone aufnehmen. Das zehnjährige Marketing-Abkommen erstreckt sich auf alle Geschäftsbereiche von Le Shuttle.
So wird an beiden Verladestationen Calais und Folkestone Hertz über spezielle Einrichtungen für ihre Mietwagenkunden verfügen. In Calais wird eine Mietwagen-Station in bester Lage errichtet. Die Autotransportzüge durch den Eurotunnel werden rund um die Uhr verkehren. Die Fahrt dauert lediglich 35 Minuten. Die Terminals führen direkt zu den entsprechenden Autobahnsystemen. Und so ist es von der französischen Autoroute bis zum englischen Motorway nur gerade eine Stunde! Da muss man wirklich nur noch darauf achten, nicht seitenverkehrt zu fahren… *pd/r.*

Wird Londoner Tube privatisiert?

Die Londoner Untergrundbahn soll in den nächsten drei Jahren privatisiert werden. Nach Angaben der Londoner Tageszeitung «Evening Standard» soll die britische Regierung bereits konkrete Gespräche über eine Überführung in private Franchise-Nehmer geführt haben. «Tube», die älteste Untergrundbahn der Welt, verschlingt jährlich einen dreistelligen Millionenbetrag für den Unterhalt und die Sanierung der veralteten Anlagen. Kürzlich legte ein Stromausfall den Verkehr für Stunden völlig lahm.Eine Privatisierung von London Underground könnte sich vor allem für die Tourismuswirtschaft negativ auswirken. Touristiker befürchten, dass Betreiber von Untergrundlinien an verkehrsschwächeren Zeiten wie am Wochenende oder nach Feierabend das Leistungsangebot erheblich zusammenstreichen würden, was die Attraktivität der Destination London schwächen würde. *SW*

Rom/Fiumicino

Direkt-Zug bis ins Zentrum

Nachdem Rom für die Fussball-WM von 1990 endlich eine Zugsverbindung vom Flughafen Fiumicino bis in die Stadt zustande brachte, sah man, dass dieser Zug gar nicht ins Zentrum, sondern nur bis ins Vorort Ostiense fuhr. Seit Ende November fährt er bis in die Stadtmitte.

Jene Rom-Besucher und Geschäftsleute, die meinten, dass die erst seit 1990 bestehende Zugsverbindung zwischen der Stadt und dem Flughafen Fiumicino automatisch ein Erreichen der Stadtmitte miteinschliesse, sahen sich bisher arg getäuscht. Zur Freude der Taxifahrer, die dann vom Vorortsbahnhof Ostiense aus nochmals 10 000 bis 15 000 Lire am Transport bis zum Stadtzentrum verdienten. Denn vom Ostienser Bahnhof müsste man zehn Minuten zu Fuss bis zur Untergrundstation laufen…So ergab sich denn zu oft die Situation, dass man eben mit dem Taxi gleich von der Stadtmitte bis nach Fiumicino verlängerte, umsomehr, als einem viele Taxifahrer glaubhaft mitteilen konnten, es sei ohnehin wieder einer der zahlreichen Streiks im Gange.
Der direkte Bus-Service zwischen der Stazione Termini und Fiumicino existierte seit 1990 auch nicht mehr.
Seit Ende November rollen nun täglich 15 Züge zwischen Roma Termini und Fiumicino. Ein Weg kostet 12 000 Lire: Immer noch günstig, wenn man die Air Condition und das Wegfallen der launischen Taxifahrer miteinkalkuliert. Passagiere mit Handgepäck geniessen ein vereinfachtes Check-in für die halbstündige Fahrt. Alitalia hat in der Stazione Termini am Perron 22 sogar eigens vier Check-in- und Billett-Schalter eröffnet. Die Ferrovie dello Stato haben ausserdem eigene Fiumicino-Züge von Neapel und Florenz aus eingerichtet. *APK*

US-Nationalpärke

Naturwunder im Erfolgsstress

Als die Welt verteilt wurde, bekam Amerika ein grosses Stück davon. Ein grosses auch im Sinne von einzigartig. Die USA besitzen Landschaften, die ihresgleichen suchen. Besucheranzahl: Rund 400 Millionen pro Jahr! Ein beachtlicher Tourismus-Markt.

ROLF BÜHLER

337 solcher «Superlative der Natur» sind im weltweit grössten Nationalparksystem, nämlich dem der Vereinigten Staaten, zusammengefasst. Es ist ein System zum Schutz von Landschaften und Orten vor Menschenhand und umfasst Nationalparks, National Monuments, National Preserves, National Memorials oder Historic Sites. Allein dem US-Kongress steht es zu, Nationalparks zu schaffen. Hingegen kann der Präsident, sofern auf Bundesland gelegen, ein National Monument dekretieren. Diese sind in der Regel kleiner und in geologischer Hinsicht oft weniger spektakulär.

Lange Zeit war der weltweit erste Park auch Amerikas grösster: Der Yellowstone, 1872 proklamiert, ist 8700 km2 gross. 1980 musste diese «Teufelsküche in den Bergen» ihren Rang an den Wrangell St. Elias Nationalpark in Alaska abtreten. Dieser misst fast viermal so viel. Der kleinste, ein paar hundert Quadratmeter nur, ist die Gedenkstätte für Thaddeus Kosciuszko, einem Helden der Amerikanischen Revolution gewidmet.

Uebernutzung als Gefahr

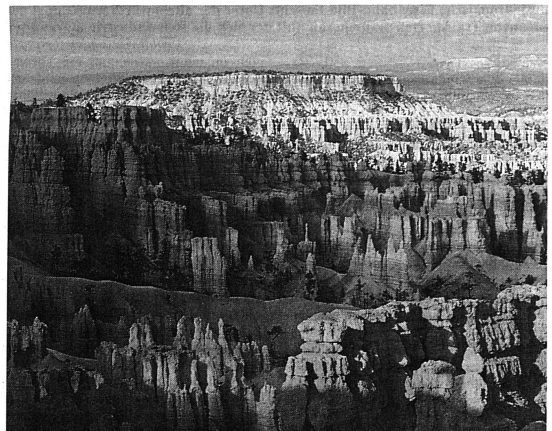
Mit Yellowstone nahm eine Erfolgsstory ohnegleichen ihren Anfang. Allerdings: Die 400 Millionen Besucher pro Jahr in allen amerikanischen Parks werden vermehrt darauf zu achten haben, dass die verehrten Objekte nicht an ihrer Umarmung ersticken. Sie sollen Naturparadies bleiben und nicht zum Menschenzoo verkommen.

Zur Uebernutzung - viele Parks sind autogängig - kommt die Unterfinanzierung. Als negativ erweist sich auch das Fehlen von Pufferzonen rund um die Parks: Parknahe Industrie beeinträchtigt die empfindlichen Oekosysteme der Parks, Holzschlag bedroht den Lebensraum der sich nicht an Parkgrenzen haltenden Tiere. Im Jahre 1916 konnten die Schöpfer des Bundesgesetzes nicht ahnen, dass sie mit dem proklamierten Schutz von Landschaft, Flora und Fauna *und* der Forderung nach Bereitstellung der nötigen Infrastruktur zum Genuss eben dieser Landschaft einen verhängnisvollen Widerspruch konstruierten.

Amerikaner mit anderen Prioritäten

In Europa sind Yellowstone, Yosemite, Grand- und Bryce Canyon die bekanntesten US-Parks. Nicht aber die bestbesuchten, wie eine eben publizierte Statistik belegt. Spitzenreiter des Jahres 1992 war der im Grenzgebiet von North Carolina und Virginia liegende Blue Ridge Parkway mit 17,6 Millionen Besuchern. (National Parkways sind geschützte Landschaftsstreifen entlang von Strassen). Auf dem zweiten Platz folgt, mit 15,3 Millionen Besuchern, ein Grossstadtpark in San Francisco, die Golden Gate National Recreation Area.

An dritter Stelle erscheint die Lake Mead National Recreation Area von Nevada. Das «erdgeschichtliche Amphitheater» par excellence, der Grand Canyon, liegt mit «nur» 4,2 Millionen Bewunderern, schon fast abgeschlagen auf Rang 11, immerhin noch ein paar Range vor Yosemite und Yellowstone. *RB*



Die beeindruckenden Erosionstürme gleichen einer vieltürmigen Stadt. Der US-Nationalpark Bryce Canyon ist, eher aussergewöhlich für die Meereshöhe von 2000 Metern, ganzjährig geöffnet. *Foto: Rolf Bühler*

REISE NEWS

Australien: Komfort mit Blue Mountains

Es ist nicht alltäglich, dass Hoteleigentümer durch Deutschland und die Schweiz tingeln und mit Empfängen auf sich aufmerksam machen. Aber das Hotel Lilianfels in den australischen Blue Mountains ist ja auch nicht alltäglich: 110 Kilometer oder 1,5 Autostunden westlich von Sydney gelegen (auch mit Zug erreichbar) bietet das 86-Zimmer-Haus den gediegenen Komfort und die Beschaulichkeit eines patrizischen Landhauses - die spektakuläre Aussicht auf die Canyonlandschaft der Blue Mountains als Dreingabe.

Geheizter Indoorpool, Fitnesscenter, zwei Restaurants und Konferenzräumlichkeiten sind selbstverständlich. Vier nahe Golfplätze, Buschwandern mit Vogelpirsch, Mountainbiken, Fischen und Pferde bürgen für Aktivitäten ausserhalb. All dies ist ab 245 Australische Dollar pro Zimmer zu haben. Zu buchen via Sabre; ab Januar 1994 ist das Haus Mitglied der Kette Select-Hotels. Lilianfels Blue Mountains, Katoomba N.S.W., 2780. Tel. (047) 801 200/Fax 801 300. *RB*

Queensland: Geheimtip Lady Elliot

Es muss nicht immer Hayman-Island sein: Lady Elliot, die südlichste Insel am Grossen Barrier-Riff, gilt als Geheimtip unter australischen Reisebüros. Zum einen liegt die kleine Robinsoninsel so nah an der Küste, dass sie ohne Mühe auch von Reisenden mit wenig Zeit via Sydney und Brisbane erreicht werden kann. Zum andern entspricht sie dem Klischee einer Trauminsel: weisser Strand, kristallklares Wasser, wenig Leute, kein Fernseher. Lady Elliot ist zudem ein Paradies für Taucher; immer häufiger wird sie deswegen auch von Schweizern angeflogen. So kosten beispielsweise vier Tage Aufenthalt rund 550 Franken. Darin eingeschlossen sind die Flüge von und nach der Küstenstadt Bundaberg, Unterkunft, Verpflegung sowie sechs Tauchgänge. Ein hervorragendes Angebot ist auch das «Learn to Dive» Package. Für rund 1 000 Franken kann man während sieben Tagen in einem der weltbesten Unterwassergebiete den Tauchschein erwerben. Auch in diesem Angebot ist alles inklusive. Auskunft: QTTC, Frankfurt. *WUS, Sydney*

Nationalpark-Tourismus

Elefantenherde bringt 600 000$ im Jahr

Heute kennen 130 Länder geschützte Zonen. Sie bedecken beinahe fünf Prozent der Erdoberfläche. Jene Länder, die dazu noch Grosswild und touristische Infrastruktur bereitstellen machen Kasse. Gemäss UN-Berechnungen rentiert in Ostafrika eine Elefantenherde mit 600 000 Dollar im Jahr.

ROLF BÜHLER

Je nach Land variiert der Grad von Schutz dieser Zonen beträchlich. Die geläufigste Schutzform ist der Nationalpark; davon existieren weltweit 1400 mit einer Gesamtfläche von 300 Millionen Hektaren, der ungefähren Grösse Indiens.

In einer Mehrheit der Reservate ist die nationale Bevölkerung immer noch bester Tourismus-Kunde. So «gehören» zum Beispiel Iguassu noch immer mehrheitlich brasilianischen oder argentinischen Touristen, Khao Yai (noch) den Thailändern, Cibodas den Javanern. Ganz anders Ostafrika; hier wurde das Kapital von Weite («afrikanischer Himmel») und Fauna schon vor 30 Jahren für ein internationales Publikum angezapft.

Lebendig am rentabelsten

Modellrechnungen einer Studie der UN-World Tourism Organization haben den rein finanziellen Ertrag eines ostafrikanischen Parks auf das Grosswild in seinen Grenzen umgelegt. Demnach wirft ein Löwe in Kenyas Amboseli Park jährlich 27'000 Dollar ab, eine Elefantenherde gar 610'000 Dollar... Gross- und Raubtiere erwirtschaften als Touristenattraktion zehnmal mehr Devisen als wären sie Trophäe. Die Nettoeinkünfte - wiederum anhand des Amboseliparks belaufen sich auf 40 Dollar pro Hektare im Jahr, verglichen mit weniger als einem Dollar bei Einkünften aus der Landwirtschaft: «Wildlife pays, so wildlife stays!» (Tiere zahlen sich aus, also dürfen sie bleiben)

Auch wurde am Beispiel ugandischer Parknamen (Mgahinga und Muhavura) die Bedeutung der Namensgebung für die Vermarktung nachgewiesen. Was Europäer als Zungenbrecher empfanden - unerheblich, wie alt die geographische Bezeichnung ist - verkauft sich schlechter als die heutigen «Uganda Gorilla Parks»!

Uebernutzung bekommt auch den Tieren schlecht. Es ist verbürgt, dass (zuviel) Tourismus deren Jagdaktivitäten herabsetzt. Geparden und Löwen, so wurde im Amboseli beobachtet, tun dies spätestens dann, wenn ihnen ein halbes Dutzend Safaribusse auf den Fersen sind! In diesem Reservat versammeln sich 90 Prozent der Besucher auf nur 10 Prozent der Parkfläche, alles fokussiert um drei (!) Löwenfamilien. Und dies tut die Hälfte der Besucher erst noch zur selben Zeit, das heisst zwischen 15.30 und 18.00.

Wie manches Mal diese Tiere pro Tag wohl kodakgerecht posieren zu haben???

Ein auf lange Sicht erfolgreicher Park, so die besagte Studie, ist ein dem Besucher nahe gebrachter Park, ein «bewirtschafteter» Park. Der Gast soll sich mit dem Park, *seinem* Park auseinandersetzen. Dadurch erkennt er Zusammenhänge, realisiert die Notwendigkeit von Schutzzonen, diszipliniert sein Verhalten: Mit dem Resultat, so hofft man, dass auch er in der auf Pirsch achtlos aus dem Fenster geworfenen Filmpackung mehr als nur den Stilbruch sieht.

Eine solche Bewusstseinsschärfung kann nicht bloss mit dem Vermitteln von aneinandergereihten Zahlen und Fakten geschehen: Fragen/Hinterfragen/Verstehen heisst die Devise. Selbstverständlich ist in diesem Prozess auch die Anbieterseite gefordert.

Nationaparks sind nicht einfach wirtschaftlich tote Naturidylle. Wer noch Grosswild bei sich aufweist, kann schnell mit Rendite rechnen. In Kenia «rentiert» gemäss UN-Berechnungen ein Löwe jährlich 27 000 Dollar. Im Bild: Südafrika wirbt am längsten mit Wildtier, neuerdings für «Südafrika exklusiv 1994». *Foto: zvg.*

«Homestays» in Australien

Aus Bürohengsten Cowboys machen

Immer häufiger geben australische Farmer auch Aussenstehenden einen Einblick in ihren Alltag. Bei den gegenwärtig schlechten Preisen für Agrarprodukte machen sie damit aus ihrer Not eine Tugend. Die Australian Tourist Commission (ATC) gibt dieser sehr speziellen Form von Erlebnisurlaub grosse Chancen.

URS WÄLTERLIN, SYDNEY

Die Szene erinnert an «High Noon»: Düstere Gestalten in langen Mänteln und Cowboyhüten jagen auf Pferden durch die Steppe. Doch diese wilden Abenteuertypen sind keine Stockmen, wie die Cowboys in Australien heissen. Vielmehr handelt es sich im zahlende Touristen, die das Leben auf dem Lande kennenlernen wollen. Das Leben im «echten» Australien.

Essen am Familientisch

Immer mehr Besitzer von «Stations», den australischen Farmen, öffnen ihre Tore für Gäste. Gegen Dollars können Stadtneurotiker und Bürohengste den Alltag im «Busch» kennenlernen. Von ganz besonderem Reiz ist dabei der Kontakt mit den echten «Aussies» im Outback. Wie etwa auf der Westward Downs Station in der Nähe von Broken Hill. Eine dreitägige Tour führt die Besucher (nie mehr als sechs) durch den harten Alltag auf einer Schaffarm. Bei Goanna Safari - von der Stationstochter *Catherine Mould* vor kurzem ins Leben gerufen - isst man am Familientisch mit. Gesprochen wird über die lausigen Wollpreise und das heisse Wetter.

Draussen auf der fast 2 000 Quadratkilometer grossen Station warten dann die Känguruhs in einer atemberaubenden Outback-Landschaft. Übernachtet wird im «Swag», dem typisch australischen Schlafsack am betriebseigenen See oder im von der Mutter geführten «Mini-Hotel». Das gewaltige Erlebnis ist auch noch sehr günstig: mit rund 270 Franken (drei Tage, alles inklusive) ist man dabei. Wie viele kleine Operator hat auch Goanna Safaris zwar schon viele Gäste aus der Schweiz und Deutschland, an einer Vertretung in Europa fehlt es aber aus Kostengründen. Nach wie vor finden die Kunden den Weg nach Westward Downs nur über das lokale Tourismusbüro in Broken Hill.

Australian Tourism Exchange 1995 und 96 in Sydney

Die Australien Tourism Exchange (ATE) wird auch in den Jahren 1995 und 1996 in Sydney stattfinden. Dies gab *Virginia Chadwick*, die Tourismusministerin des Bundesstaates New South Wales (NSW), Mitte Dezember in Sydney bekannt. Die ATE gilt als eine der grössten Fachmessen der südlichen Erdhalbkugel und wird jedes Jahr von mehreren tausend Einkäufern aus der ganzen Welt besucht. Bereits im vergangenen Juni war Sydney Gaststadt für die ATE. Auch 1994 wird die Messe in den Räumlichkeiten am Darling Harbour abgehalten (13. Juni bis 17. Juni). Laut Berechnungen der Tourismusbehörde von NSW werden während dieser paar Tage jeweils Geschäfte im Umfang von rund 1,5 Milliarden Franken abgeschlossen; das entspricht rund 12 000 Franken pro Minute! Während der ATE 1993 fanden insgesamt 25 000 vorgeplante Treffen zwischen Käufern und Verkäufern statt. *WUS, Sydney*

Auch *Brian Barlin* von der Brindabella Station in der Nähe der Hauptstadt Canberra hat noch keinen Fuss im europäischen Markt. Seine abgelegene Rinderfarm könnte noch weit mehr Besucher aus dem deutschsprachigen Raum beherbergen, so Barlin. Auch er hat aus der Not eine Tugend gemacht, und den fast defizitären Landwirtschaftsbetrieb durch Tourismus wieder in die Gewinnzone geholt. Jetzt erholen sich zivilstatinonsmüde New Yorker im zum Hotelzimmer umgebauten Kuhstall. Und sie lassen sich den Spass pro Tag rund 170 Franken kosten. Doch auch hier ist alles inklusive.

Andere steigen gleich ganz auf Tourismus um. *Roslyn* und *John Rudd* unterhalten in den Snowy Mountains die Reynella-Station mit 90 Pferden. Auch immer mehr Besucher aus der Schweiz finden den Weg in das Gebiet um den Kosciusco-Nationalpark. Die Rudd's sind die einzigen, welche die Erlaubnis haben, im Park Reittouren durchzuführen. Höhepunkt ist ein fünftägiger Viehtrieb ins Tal, kein Vergnügen für Leute mit spitzen Gesässknochen...

«Homestays» haben - so die australischen Tourismusbörden - eine grosse Zukunft vor sich. Die Zahl der Touristen, die nicht nur konsumieren sondern auch lernen wollen, ist deutlich am steigen. Und das betrifft nicht nur Deutsche und Schweizer so die australischen Tourismusbbehörden - eine grosse Zukunft vor sich. Die Zahl der Touristen, die nicht nur konsumieren sondern auch lernen wollen, ist deutlich am steigen. Und das betrifft nicht nur Deutsche und Schweizer sonder immer häufiger auch das bisherige touristische «Herdentier», den Japaner. ATC hat «Discover the great Australian Outdoors» zum Motto des kommenden Jahres erklärt und dazu ein Verzeichnis aller Anbieter von Spezialprodukten herausgegeben.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Appartements de vacances: des étoiles pour la qualité

Le système de classification des appartements de vacances, mis au point par la Fédération suisse du tourisme, est sous toit. Ce système, établi sur le modèle des étoiles, devrait définitivement contribuer à uniformiser la location dans notre pays, augmenter la qualité de l'offre et présenter une meilleure transparence. La parahôtellerie, qui vit à l'ombre de l'hôtellerie, espère également améliorer son image de marque auprès du public et des professionnels. Certains regrettent néanmoins que la parahôtellerie ne soit pas parvenue à imposer un véritable lobby à l'échelon national. A noter que ce sont les offices du tourisme locaux qui décerneront les étoiles.

Page 2

Vacances en Suisse pour les Russes

Les directeurs du voyagiste russe Svetal sont persuadés que la Suisse est un produit d'avenir pour le marché russe. Notre pays jouit là-bas d'une bonne réputation et cette destination ne paraît pas tellement plus chère que la concurrence française et autrichienne. Une campagne de publicité a été lancée le 6 décembre. Le forfait mis sur pied par les voyagistes russes, qui propose surtout des destinations de Suisse centrale, est l'objet d'une promotion dans les grands quotidiens de Moscou et à la télévision. Un contingent est d'ores et déjà réservé sur la ligne Moscou-Zurich d'Aéroflot. Une liaison charter Moscou-Bâle est prévue.

Page 3

Annulations: un casse-tête pour l'hôtelier

Pour l'hôtelier, le risque financier en cas d'annulation de réservations est permanent., La plupart du temps, le problème est ignoré, tout simplement. Pourtant, les conséquences financières peuvent être catastrophiques. Or, il existe des moyens de restreindre les risques des «no-shows» ou d'en obtenir réparation. Certains préconisent de partager la responsabilité en cas d'annulation de manière équitable entre l'hôtelier et le client lui-même. Il est notamment conseillé de prendre ses précautions lors de la conclusions des contrats. Sur le terrain, entre la théorie et la pratique, l'hôtelier a du mal a s'y retrouver. Des spécialistes font part de leurs expériences.

Page 7

Chèques de voyages: accord de collaboration

Alors que les cartes de crédit se répandent de plus en plus, le marché se réduit pour les chèques de voyages. Cela explique l'annonce du rapprochement entre Swiss Bankers Travellers Cheques (SBTC) et American Express Travellers Checks. Il existe depuis dix ans un accord entre SBTC et Thomas Cook Travellers Checks qui arrivera à son terme à la fin de 1994. Il s'agit d'un échange de services en matière de marketing et de vente. SBTC et American Express établiront le même type de relations, en profitant de la bonne pénétration sur le marché suisse du premier et du réseau mondial du second. Page 11

Parcs nationaux: affaire rentable

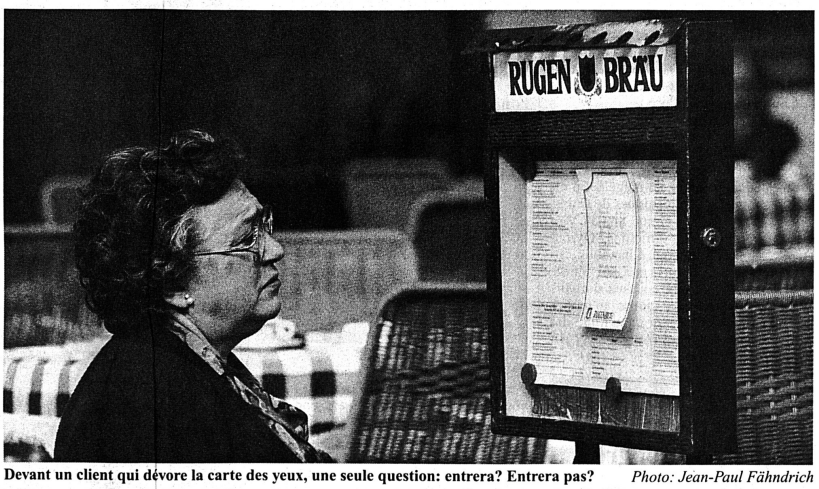
130 pays possèdent des zones protégées dans le monde, soit 5% de la surface totale du globe terrestre. Or, ces parcs nationaux représentent une source appréciable de revenus touristiques, à condition de mener les opérations de marketing adéquates. Une étude sur la rentabilité de ces parcs montre que les animaux sauvages sont les vedettes incontestées sur le plan des rentrées financières. Par exemple, un lion du Parc Amboseli, au Kenya, rapporte 27 000 dollars par an. Un troupeau d'éléphants «pèse», lui, 610 000 dollars. Le Parc Amboseli génère 40 dollars par hectare, contre moins d'un dollar pour l'agriculture. Encore faut-il savoir éviter la surexploitation de ces parcs. Page 14

Etude de comportement

Le client de restaurant sur le gril

Lorsque la récession s'installe quelque part, la gastronomie se met généralement au régime. Pour faire face, les restaurateurs ont tout intérêt à connaître les critères qui déterminent le comportement de leurs clients. Pourquoi par exemple choisit-on tel restaurant plutôt qu'un autre? Une année durant, en Romandie, des spécialistes ont observé le profil psychologique du client, personnage aussi exigeant qu'imprévisible…

JEAN-PAUL FÄHNDRICH



Devant un client qui dévore la carte des yeux, une seule question: entrera? Entrera pas? *Photo: Jean-Paul Fähndrich*

Nous sommes ce que nous mangeons, dit un vieux proverbe. Oui, mais voilà, aujourd'hui savons-nous pourquoi un client choisit tel restaurant plutôt qu'un autre? Le restaurateur lui-même connaît-il suffisamment les besoins psychologiques de sa clientèle et les critères qui assurent sa satisfaction optimale? Rien n'est moins sûr.

Le client de restaurant est en effet un personnage imprévisible et versatile. Toute une série d'éléments agissent sur son comportement et conditionnent les rapports ambigus qu'il entretient avec les établissements qu'il fréquente ou qu'il ne fréquente plus… Pour en savoir davantage, une étude, commanditée par l'Ecole hôtelière SSH de Lausanne, a été réalisée en Suisse romande par le professeur *Marcel-Lucien Goldschmid* et son équipe de la Chaire de pédagogie et didactique de l'EPFL. But de l'opération: étudier la personnalité du client, appréhender ses attentes, établir des profils de consommateurs selon des données socio-démographiques et les confronter à la réalité des établissements et aux préjugés des restaurateurs eux-mêmes. La démarche est unique en Romandie. Plus de 400 clients, 20 restaurants, 20 restaurateurs et 45 employés ont été passés au crible. Les brasseries, les pizzerias et les fast-food ont volontairement été écartés.

Chasser la médiocrité

L'hôtellerie et la restauration, nous disent en préambule les enquêteurs, sont en crise. Complaisance, autosatisfaction, manque de souplesse, le non à l'EEE, la récession économique, responsable comme chacun sait de tous nos maux… Bref, tout est bon pour expliquer la situation précaire dans laquelle se trouve l'industrie hôtelière. Selon les auteurs de l'étude, il est grand temps de débloquer la situation.

Une catégorie d'établissements est particulièrement menacée: les restaurants de classe moyenne. Trop chers par rapport au bistrot du coin, pas suffisamment reconnus par rapport aux relais gastronomiques, ces entreprises sont menacées d'un syndrome redoutable: la médiocrité. «Les établissements situés au milieu de l'échelle (repas entre 50 et 75 francs) n'ont généralement pas suffisamment développé le concept de qualité. Ils obtiennent d'ailleurs les moins bons taux de satisfaction auprès du consommateur et souffrent souvent d'un manque d'identité, comme s'ils n'avaient pas encore trouvé leur niche marketing», explique à l'EPFL *Philippe Dacquin*, qui a participé à l'enquête sur le terrain. Pour ces établissements, une seule planche de salut: la qualité totale. Coûte que coûte.

Satisfait ou remboursé…

Les enquêteurs ont assez logiquement admis qu'un restaurant de bonne qualité, finalement, est un établissement d'où le client ressort satisfait. Or, précisément, assurer la satisfaction d'un client est une démarche délicate. Cela implique, nous disent les auteurs de l'étude, un grand nombre de facteurs rationnels (accueil, prestations) et subjectifs (convivialité, humeur du client, cadre, ambiance etc.). Ce client, d'ailleurs, est un personnage plutôt ambigu, qui cultive volontiers les paradoxes. Lorsqu'il se rend au restaurant, croit-on, c'est pour bien manger ou se nourrir, tout simplement. Erreur! Le rapport du professeur Goldschmid suggère en effet qu'aller au restaurant, outre la recherche du plaisir, c'est souvent d'abord marquer son appartenance sociale, s'approprier une partie de l'image du restaurant, en un mot, se montrer, s'afficher. «Il existe un paradoxe entre les raisons qui poussent les gens à se rendre au restaurant et les critères qui, en réalité, motivent le choix de tel ou tel établissement», explique Philippe Dacquin. Les relais gastronomiques, observent les experts, sont principalement fréquentés par des gens aisés. La proportion de femmes y est plus importante (46% contre 36% dans les établissements de classe inférieure). A l'inverse, toutes les catégories sociales se cotoient dans les autres établissements.

On notera que le sexe, le mode de vie (couples, familles, personnes seules), le revenu ou les caractéristiques psychologiques du consommateur n'influencent pas, ou très peu, le degré de satisfaction d'un passage au restaurant. En revanche, les attentes du consommateur par rapport sa satisfaction augmentent au fur et à mesure que l'on remonte la hiérarchie, vers les restaurants du haut de gamme. Dans les établissements de classe moyenne, la qualité de l'accueil et des prestations fournies (carte, mets, vins, rapport qualité/prix etc.) sont des critères plus déterminants que le cadre ou le décor par exemple. La quantité de nourriture notamment est un critère essentiel de satisfaction. De manière générale, la mauvaise qualité de la nourriture et des vins est la raison le plus souvent invoquée pour ne pas retourner dans un établissement. En revanche, le citère du prix est jugé comme le moins rédhibitoire.

Stratégie pour la qualité

Même si l'industrie touristique rapporte 40 milliards de francs à l'économie suisse et qu'elle emploie 300 000 personnes, écrivent les auteurs de l'étude de l'EPFL, il lui faut de nouvelles impulsions. Citons notamment:

– procéder à une restructuration de l'organisation de type vertical (hiérarchique) à un type horizontal (responsabilité de chacun).
– adopter un marketing de combat (pensons à Mc Donald's et à son programme «100% de satisfaction» qui consiste à remédier à la cause du mécontentemet du client.)
– sensibiliser la branche à une approche basée avant tout sur la qualité en créant des formations spécifiques.
– renforcer la démarche qualité dans les écoles actuelles.
– éviter que le personnel soit formé sur le tas. *JPF*

Des lacunes structurelles

La satisfaction est aussi un phénomène instable. C'est-à-dire qu'elle peut varier pour un même restaurant. Les spécialistes font remarquer que le degré de satisfaction du client est aussi directement proportionnel à ses exigences. Plus on monte dans la hiérarchie, plus les exigeances sont nombreuses et précises. La satisfaction - ou l'insatisfaction - qui en découle suit la même courbe.

En Suisse romande, constatent les enquêteurs, un restaurateur sur deux a des présupposés sur les attentes des ses clients qui ne convergent pas vraiment avec ces dernières. On a en outre partiellement pu vérifier que la qualité des prestations d'un établissement et le taux de satisfaction de la clientèle sont étroitement liés aux conditions de travail du personnel et à sa propre satisfaction.

Enfin, les experts sont formels sur un point: la formation et la promotion, sont trop souvent absentes de la politique de gestion des restaurants. C'est une erreur. Surtout lorsque l'on sait qu'un client déçu en dissuade généralement une bonne quinzaine d'autres…

Jeux Olympiques

Le match tourne à l'avantage du Valais

Le match olympique Berne-Vaud-Valais semble aujourd'hui tourner à l'avantage du dernier nommé de ces trois cantons. Si les Bernois viennent d'annoncer leur retrait dans la course à la candidature, rien n'est cependant encore joué car les Valaisans doivent aussi faire face à la concurrence interne de leur candidature en faveur de l'Expo nationale. Et si la solution venait de la complémentarité?

JEAN-CHARLES KOLLROS

Ce sont pourtant les Vaudois qui avaient tiré les premiers de manière publique, à la fin de l'année 1992. Sous l'impulsion d'un comité dirigé par le notaire montreusien *Pascal Pittet*, ancien député au Grand Conseil et président de l'Office du tourisme des Diablerets, un comité d'initiative, regroupant diverses personnalités de l'économie et de la politique, s'était constitué en vue de «relancer l'idée de futurs Jeux Olympiques en Pays de Vaud dès les années 2000». L'intitulé doit être lu avec attention car les «moteurs» de ce comité entendaient à la fois faire table rase de la malheureuse candidature de Lausanne et stimuler la recherche de moyens humains, financiers et logistiques, notamment de personnalités et de sponsors indispensables à une telle entreprise.

Avant tout stimuler

D'août 1990 à septembre 1992, les membres de ce comité ont ainsi multiplié les contacts, rencontrant en particulier une délégation du Conseil d'Etat et les milieux olympiques. Ce faisant, ils devaient aussi rencontrer… une légère baisse d'optimisme par rapport aux années précédentes et un manque d'enthousiasme dans certaines régions particulièrement touchées par la crise. Vaud est, il est vrai, l'un des cantons les plus pénalisés par la récession. Les élections communales de cet automne devaient également contribuer à mettre en veilleuse le dossier. Mais l'essentiel demeure: la volonté de stimuler une candidature vaudoise pour le troisième millénaire ou d'appuyer d'autres démarches, surtout dans l'optique de 2006. Du côté bernois, c'est la valse-hésitation qui a présidé aux démarches entreprises à ce jour par un comité d'initiative dirigé par *Jörg Leuenberger*, déjà à la tête du projet pour le JO de 1994. Et, après diverses tergiversations, ce même comité a fait officiellement connaître son renoncement à son projet pour 2002… tout en confirmant l'idée d'une candidature bernoise à l'avenir.

Tambour battant

La candidature valaisanne, elle, a été évoquée dès juillet 1993, la dernière initiative cantonale en la matière remontant à 1976. L'opération a été menée tambour battant par un groupe de travail présidé par *Jean-Paul Revaz*, chef du service de promotion touristique et économique à l'Etat du Valais, avec un coup d'envoi particulièrement réussi en octobre. Idée de base du dossier: travailler sans «chambardement» avec les installations existantes et «exporter» (ailleurs en Suisse) les épreuves de bob et de saut. Cette candidature, qui semble à priori bénéficier d'un large soutien populaire, est budgétisée à 6,2 millions de francs de dépenses. Ce montant devrait être financé par l'Etat du Valais (2,25 millions de francs), les communes (950 000 francs), le parrainage et la publicité (3 millions). Le seul «hic» réside dans l'abondance… de biens! Le Valais est également candidat (Sion) pour l'exposition nationale prévue en l'an 2000. Et cette candidature-là, dirigée par l'Ex-Monsieur Europe valaisan *Raymond Lorétan*, très bien placé à Berne, a de fortes chances d'aboutir… Dès lors, on verrait mal le Valais avoir à deux ans d'intervalle les Jeux Olympiques et l'Exposition nationale! Dans un premier temps, le choix appartiendra au Conseil d'Etat valaisan.

C'est pourquoi certaines voix commencent à se faire entendre pour suggérer que Vaudois et Valaisans se rapprochent, en prenant par exemple la région du Chablais vaudois et valaisan comme dénominateur olympique commun. Suivant les scénarii, cela permettrait d'éviter des JO trop concentrés dans la partie supérieure du Valais, respectivement – en cas de succès vaudois – de faire malgré tout profiter le Bas-Valais de l'impact global du rendez-vous. Utopie? L'avenir nous le dira.

Abonnements de ski

«Changez de neige!»

En Valais, depuis plusieurs années, de nombreuses stations ou sociétés de remontées mécaniques se sont regroupées pour offrir aux touristes des abonnements de ski régioniaux. Ce n'est pas encore le fameux «ski-pass» cantonal, mais cette solution permet à de nombreux skieurs de parcourir d'importants domaines skiables avec le même forfait. La réputation de régions, telles les Quatre-Vallées, les Portes-du-Soleil ou la vallée de Saas n'est plus à faire.
Dans le Valais central, plusieurs stations et régions, parfois même séparées par la vallée du Rhône, ont lancé une opération inédite dont le leitmotiv est: «Variez votre plaisir, changez de neige!» En effet, les remontées mécaniques de Crans, Cry d'Err, Montana, Grand Signal, Violettes, Plaine-Morte, Aminona, Ovronnaz et Anzère, ainsi que Chandolin, St-Luc, Grimentz, Vercorin et Zinal pour le Val d'Anniviers proposent aux porteurs d'un abonnement de six jours, au moins, de pouvoir skier un jour dans l'une des autres stations du pool. *AB*

Villes heureuses

Bientôt une brochure pour les congrès

L'Association des villes heureuses de Suisse a tenu récemment son assemblée générale, sous la présidence d'*Albert Bugnon*, directeur de l'Office du tourisme de Fribourg et environs. Les villes membres restent au nombre de douze. Des mutations ont été enregistrées sur le plan de la direction des offices du tourisme, à Baden (*Blandina Werren* remplace *Walter Wenger*), à Schaffhouse (*Karin Kelly* à la place de *Walter Fehr*) et à Bienne (*Samuel Kocher* reprend le poste de *Nick Gerwer*). L'assemblée s'est penchée sur l'avenir, notamment l'édition prochaine d'une brochure consacrée à l'offre dans le secteur des congrès et l'évolution du tourisme urbain en Europe dans les années 1995 à 2000. *PM*

Fribourg

Rue piétonne... donc touristique

A Fribourg, la Rue de Lausanne, qui relie l'ancienne cité à la ville nouvelle, est certainement aujourd'hui la rue la plus attractive de la capitale en devenant piétonne. Plus de 80 commerces en tous genres dont 5 agences de voyages et 8 cafés ou restaurants - en font désormais aussi un véritable atout touristique au coeur de la cité. L'Association de la rue de Lausanne, désireuse de se repositionner en fonction de sa nouvelle affectation, de fidéliser sa clientèle et d'en attirer une plus grande encore, notamment touristique, joue à cet égard l'argument «shopping» et lance un nouveau slogan: «Rythmez vos envies». *JS*

TTW

Plus d'ouverture

On savait depuis quelques mois déjà que l'association du TTW allait se transformer juridiquement en société anonyme. Une assemblée générale extraordinaire vient d'entériner cette décision. Le directeur du TTW, *Pierre Kundert*, a été nommé délégué au Conseil d'administration. Ce dernier se composera en outre de *Jack Guberan*, président du TTW, de *Michel Salgues*, président du Groupement des agences de voyages de Genève et de *Jacques Berthoud*, représentant de l'Association vaudoise des agences de voyages. D'autres personnalités de la branche suisse des voyages doivent être nommées à un poste d'administrateur. La transformation de l'association du TTW en SA ouvre la propriété de la manifestation touristique, par actionnariat, à des associations cantonales ou intercantonales de la branche des voyages qui n'avaient jusqu'à maintenant aucun rôle dirigeant.
Le TTW nouvelle formule, organisé sous la direction de Pierre Kundert et *Silvio Weilenmann*, aura lieu du 25 au 27 octobre 1994 à Montreux. Des discussions se dérouleront au mois de janvier avec l'Association des offices nationaux de tourisme étrangers en Suisse (AONTES). Les nouvelles structures et le concept seront présentés en février 1994. *PM*

Stations romandes

Gros efforts pour le snowboard

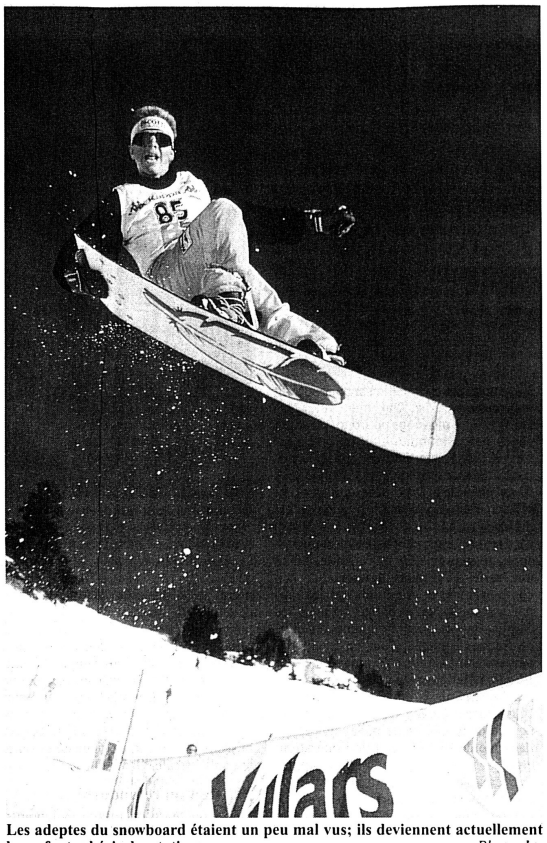
Notre enquête pré-hivernale auprès des principales stations romandes (voir l'*hôtel revue* no 47) ne nous a pas seulement permis d'en savoir plus sur les nouveautés mais également de prendre conscience que le snowboard, d'ennemi, est en passe de devenir l'enfant chéri. Non sans raison.

JEAN-CHARLES KOLLROS

Le phénomène touche aussi bien le Jura que le canton de Fribourg, les Alpes vaudoises et valaisannes que les hauteurs de la Riviera: les offices du tourisme et les sociétés de remontées mécaniques font désormais les yeux doux à celles et ceux qui passaient, il y a quelques années encore, pour des empêcheurs de skier normalement.
Ce revirement se traduit par des aménagements nouveaux ou des pistes réservées aux adeptes du snowboard, comme c'est notamment le cas à Verbier et à Villars. Cette station va même réaliser un véritable stade avec half-pipe et d'autres installations à même de faire vibrer les adeptes du «freestyle». Leysin va plus loin encore en tentant d'orienter directement son image au travers de grandes compétitions nationales et internationales réunissant l'élite de la spécialité.

Clientèle de l'avenir

Il est vrai que le phénomène «snowboard» ne peut pas laisser indifférent un responsable marketing digne de ce nom. En recoupant diverses sources et statistiques, on peut estimer qu'un million et demi de snowboarders sont en activité sur la planète. Et ce nombre est en constante progression.
Mais il y a mieux encore: les adeptes du snowboard, dans leur grande majorité extrêmement jeunes, constituent par excellence la clientèle de demain. Et c'est bien pourquoi les récriminations de certaines stations ont aujourd'hui cédé la place à des démarches placées sous le signe de la séduction. Il suffit d'ailleurs d'observer les affiches et annonces publicitaires des sites touristiques de la Suisse romande pour découvrir que le snowboard est désormais aussi présent sur ces supports que le skieur traditionnel. Ce phénomène est bien sûr encore accentué par l'action des fabricants d'articles de sport, tout sauf indifférents à ce nouveau marché fort juteux dont l'image correspond parfaitement à un certain art de vivre juvénile, pétri de liberté et de mise en valeur sensorielle.



Les adeptes du snowboard étaient un peu mal vus; ils deviennent actuellement les enfants chéris des stations. *Photo: htr*

Agressivité

Cela ne signifie pas pour autant que tous les problèmes soient résolus à l'heure actuelle, notamment en matière de coexistence pacifique entre skieurs et snowboarders sur les pistes et dans les files d'attente. L'attitude souvent apparamment agressive et ironique de certains jeunes adeptes en provenance des villes ne favorisant pas forcément le dialogue tandis que le «look» du snowboarder est à lui seul un défi face à certains conformismes: pantalons trop larges, casquette à l'envers, vestes et pulls XXXL, bottes souples, l'uniforme est complet! Enfin, il y a tout le problème de la sécurité et on se souvient de la collision qui devait, hélas, coûter la vie à une fillette l'hiver dernier. Il faudra encore un peu de temps avant que les conflits ne s'estompent.

Voir également en page 3

ONST

Des bulletins par pays

Le traditionnel *Rapport annuel* de l'ONST sur la situation touristique a vécu. Les professionnels du marketing disposeront désormais de bulletins par pays, où ils trouveront les principales données et des conseils pratiques.

Le gros *Rapport annuel* de 250 pages était très complet, mais cette formule manquait de souplesse et s'est révélée un peu lourde pour les utilisateurs. L'amélioration consiste donc à publier des études de marché par pays, avec des moyens supérieurs, puisque le budget consacré à ces ouvrages passe au moins du simple au double. Les données statistiques des différents pays seront uniformisées, afin de faciliter les comparaisons. Dans le but d'indiquer les grands axes d'action, une aide à l'interprétation et des conseils pratiques accompagneront les données statistiques et les tableaux. Les quatre premiers bulletins concernent la Grande-Bretagne, les Pays-Bas, l'Autriche, la République tchèque et la République slovaque.
En 1994, les nouveaux bulletins par pays seront encore diffusés gratuitement. Après, ils seront payants, par le biais des cotisations des membres, ou contre facture. L'objectif n'est pas de couvrir les coûts à 100%; en accord avec le rapport Hayek, il s'agit de «fournir au tourisme suisse une prestation de base à des conditions acceptables», affirme l'ONST. Mais lorsque le cadre de la prestation de base est dépassé, comme c'est le cas pour les recherches sur mandat et les séminaires spéciaux, les coûts devront, cette fois, être couverts.

Dialogue permanent

Autre nouveauté, le projet d'instaurer un dialogue permanent dans le domaine des études de marché. Cela permettra de répondre précisément aux besoins des utilisateurs. Des séminaires seront organisés. L'ONST prévoit en particulier d'analyser en profondeur deux marchés du tourisme suisse par année. Les bulletins par pays serviront de base aux séminaires et ateliers, au cours desquels les participants pourront se renseigner directement auprès des experts. L'objectif, à moyen terme, est de créer une banque de données sur les marchés, contenant les statistiques et les pronostics à propos du tourisme réceptif. Il sera ainsi possible de fournir aux partenaires des disquettes de renseignements classés en fonction de leurs besoins spécifiques. *PM*

Marchés

Le congrès JATA 1993 reflète la morosité nippone

Signe des temps: sur le vol Tokyo-Zurich, la business class est presque vide et l'economy est pleine... grâce aux touristes japonais. Ceci illustre la morosité du 9e congrès JATA (Japan Association of Travel Agents) tenu à Tokyo du 29 novembre au 2 décembre denier et réunissant 1900 participants venus du Japon et d'outre-mer.

RÉGINALD THIÉVENT, DE TOKYO

La récession était à l'ordre du jour, puisque selon le ministre nippon des finances, le taux de croissance sera négatif en 1993, ceci pour la première fois depuis 19 ans. Le fameux MITI (Ministry of International Trade and Industry) a mené une étude qui révèle que 60% des «compagnies» japonaises estiment qu'il n'y aura pas de reprise avant la fin 1994. Certains économistes repoussent même cette échéance à 1995 ou 1996. D'autre part, les entreprises prennent des mesures de restructuration: liquidation de secteurs non rentables, compression de personnel, etc. Conséquence: la clientèle japonaise devient plus regardante et avisée quant au choix et au coût de ses vacances.

Voyages bon marché

Selon une enquête du Ministère des transports auprès de 35 importantes agences de voyages, les dépenses de billets d'avions et d'arrangements forfaitaires ont baissé de 6% durant le premier semestre de 1993. En revanche, le nombre de touristes achetant des arrangements forfaitaires a augmenté de 1,2%. Pendant la même période, les dépenses en billets d'avions uniquement baissaient de 11,9%! Conclusion: les consommateurs actuels recherchent plutôt des voyages bon marché, plus courts et plus proches de leur domicile.
Après une enquête personnelle auprès d'importants tours-opérateurs et «wholesalers», il s'avère en effet que les mois qui viennent seront difficiles, et que la manne japonaise stagnera. Ainsi, au cours de son discours prononcé au JATA, *T. Yamanouchi*, Vice-président/Managing Director de Jalpak Co., a été très clair: en termes de volume de voyages, les prévisions sont négatives à court terme et optimistes à long terme. Toujours selon M. Yamanouchi, la croissance touristique persistera néanmoins et si l'objectif des 20 millions de voyageurs nippons ne sera pas atteint en l'an 2000, ce sera chose faite 3 à 5 ans après!

Guerre des prix

Pour en terminer avec la situation actuelle du marché japonais, relevons la guerre à outrance à laquelle se livrent les tours-opérateurs qui, pour «décrocher» un gros client, n'hésitent pas à renoncer à leur profit. A titre d'exemple et selon des informations fournies par l'ONST à Tokyo, Kintetsu, NEC et Jetours ont sensiblement réduit les prix de leurs «European packages». Ces baisses ne sont pas seulement dues à la cherté du yen, mais également à une réduction de la marge bénéficiaire.

Quelques bonnes nouvelles

Mais tout n'est pas noir à l'horizon de 1994. Ainsi, l'ouverture, en automne 1994, du Kansaï International Airport à Osaka est une bonne nouvelle pour le tourisme suisse. En effet, Swissair y opérera 3 vols hebdomadaires directs Osaka-Zurich. Ce sera l'unique aéroport au monde ouvert 24 heures sur 24 et il desservira la région du Kansaï, soit 20 millions d'habitants. De plus, les aéroports de Sapporo, Sendai, Miroshima et Kagashina améliorent leurs infrastructures, d'où un renforcement prévisible de la demande.
Dans un autre domaine, le gouvernement japonais a étendu à 4 nuits/5 jours, l'exemption de taxe accordée aux entreprises offrant un voyage d'incitation (ou similaire). Autre nouvelle réjouissante: dès avril 1994, de nouveaux tarifs aériens seront autorisés au Japon (IITPEX) permettant une augmentation des voyages individuels (FIT) et vraisemblablement une baisse des prix des arrangements forfaitaires.

L'ONST à Hong-Kong

Pour en revenir à la Suisse, *Fritz Lauber*, Directeur de l'ONST, Tokyo, s'attend pour 1993 à un résultat à peu près similaire à celui de 1992, avec une marge de plus ou moins 3%. Par contre, une nouvelle réjouissante: l'ouverture à Hong-Kong au printemps 1994 d'une représentation de l'ONST pour le sud-est asiatique. Les priorités seront d'abord la Corée du Sud, Hong-Kong et Taïwan. Ensuite, viendront la Thaïlande, Malaisie et la Chine Populaire.
Le 10e Congrès JATA aura lieu à Osaka en 1995. Nul doute que celui-ci sera un succès, car le nouvel aéroport du Kansaï attirera beaucoup de curieux. *RT*

Et les «FIT»?

Toujours à propos des voyages individuels, on assiste à une heureuse progression de ceux-ci puisqu'on estime à environ 15% les passagers se rendant en Europe individuellement. Si bien que les organisateurs de voyages, habitués aux grands volumes, ont quelques problèmes à affronter ce nouveau style de clientèle, alors que les petites et moyennes agences spécialisées ont plus de facilité à répondre à la demande, du moins pour le moment. Quoi qu'il en soit, pour les uns et pour les autres, le marché est loin de se tarir puisque l'année dernière, 90,6% des touristes japonais partant outre-mer ont eu recours à une agence de voyages, contre «seulement» 86% en 1988 (source ONST Tokyo).

Assemblée Présidents SSH

Assemblée ordinaire

Taux de TVA spécial: la SSH poursuit sa lutte

La SSH va poursuivre sa lutte pour obtenir en faveur de l'hôtellerie un taux de TVA spécial sur le logement. C'est la certitude que les présidents SSH ont obtenue lundi à Genève lors de leur assemblée d'automne. En siégant dans la Cité de Calvin, la SSH a par ailleurs honoré la Société des hôteliers de Genève (SHG) pour son 100e anniversaire.

MIROSLAW HALABA

«On va se battre pour un taux neutre sur le logement», a lancé le président *Alberto Amstutz* (Orselina). La votation du 28 novembre sur la TVA n'a en effet pas mis un terme aux préoccupations de la SSH sur le sujet. Car, pour une branche aux conditions d'existence analogues à l'industrie d'exportation, un taux spécial est important. Pour M. Amstutz, la perte pour l'économie, occasionnée par l'absence d'un tel taux, serait bien plus grande que les 140 millions de francs que coûterait son introduction. Car, a dit M. Amstutz, un recul des nuitées de 5% représenterait pour l'économie suisse un manque à gagner de 1,5 milliard de francs.

Soutien de taille

La partie ne sera cependant pas facile. On sait notamment que le conseiller fédéral *Otto Stich* s'est déclaré opposé à un taux préférentiel. Aussi, le président central a-t-il rappelé le dépôt de deux interventions parlementaires demandant un taux spécial et invité les membres à intervenir auprès des gouvernements et des parlementaires de leur canton afin qu'ils apportent leur soutien aux propositions qui ont été déposées. M. Amstutz a été aidé dans cette tâche par les propos tenus en début d'assemblée par le président de la SHG, *Pierre-Olivier Barroud*, et soutenu par l'orateur-invité, le conseiller national et conseiller d'Etat genevois *Jean-Philippe Maitre*. Dans une allocution très appréciée (voir encadré), ce dernier a estimé que la revendication d'un taux spécial pour le tourisme était tout à fait légitime.

Exercice équilibré

Le budget 1994 et le programme d'action de la SSH pour la période 1994 à 1996 ont constitué les principaux points de l'ordre du jour de cet assemblée d'automne. Les participants ont tout d'abord appris de la bouche du nouveau président de la délégation des finances, *Xaver Stocker* (Bad Ragaz), qui a remplacé *Urs Hitz* (Bâle), et du directeur de la SSH, *Heinz Probst*, que l'exercice 1993 se présentera de manière relativement satisfaisante. En dépit de la morosité économique, qui réduit les recettes, mais grâce aux économies réalisées, le résultat devrait être équilibré, voire «légèrement» excédentaire.

Le budget 94, accepté sans problème, présente pour sa part un excédent de recettes de 34 800 francs. Les amortissements devraient atteindre le montant global d'un million de francs environ. «Un objectif ambitieux pour une organisation à but non lucratif», mais «réalisable», écrit la direction dans son rapport.

La SSH et l'ONST

Le programme d'action pour la période 1994 à 1996, qui a aussi trouvé l'accord de l'assemblée, comprend divers objectifs généraux (défense de l'hôtellerie dans le contexte de l'EEE, par exemple) et particuliers. Parmi ceux-ci, il convient de signaler l'encouragement du tourisme, notamment en ce qui concerne l'ONST. Heinz Probst a indiqué à ce propos que la SSH entend être associée à l'établissement des programmes d'activité de l'ONST. Mardi on a appris entretemps qu'elle siègera, comme la SSH le demandait, dans le comité de surveillance du projet Hayek.

Le programme d'action mentionne par ailleurs la gestion d'une école hôtelière de langue anglaise. M. Probst a pu annoncer que les négociations avec les propriétaires de l'Ecole des Roches à Bluche (école qui rapporte actuellement à la SSH 750 000 francs de recettes par an) avaient pris une tournure positive. «Les parties ont manifesté la volonté d'élaborer un nouveau contrat». Il pourrait passer d'un contrat de gestion à un contrat de collaboration.

Résolution

L'assemblée a accepté à l'unanimité une résolution donnant au comité exécutif le feu vert pour demander aux autorités fédérales de trouver, d'entente avec les cantons et les régions concernées, une solution afin que l'hôtellerie puisse conserver les ressortissants des pays de l'ex-Yougoslavie. La décision du Conseil fédéral d'exclure ces territoires du cercle des pays traditionnels de recrutement obligerait l'hôtellerie à remplacer 18 000 travailleurs.

Par 73 voix contre 9 et 56 abstentions, l'assemblée a d'autre part rejeté le recours d'un restaurateur d'Einsiedeln qui a perdu sa qualité de membre de la SSH locale pour des raisons statutaires.

Diverses informations

Diverses informations ont également été données, soit durant l'heure des questions, soit durant la séance ordinaire. Président de la commission de la classification, *Hans Geiger* (Bad Ragaz) a indiqué, dans la perspective du nouveau guide hôtelier, que 30 à 40 hôtels allaient être rétrogradés dans la classification et qu'il fallait s'attendre à une trentaine de démissions. Répondant à une question sur les cartes de crédit, le responsable du marketing de la SSH, *Werner Friedrich*, a rappelé que les hôteliers suisses obtiennent actuellement de la part des principales sociétés de cartes de crédit les taux de commission les plus favorables d'Europe. Cela pourrait être mieux encore mieux si un tiers des membres ne refusait pas d'accepter ou n'acceptait que partiellement ce moyen de paiement. A noter enfin une suggestion intéressante d'*Arnold Walt* (Wildhaus) qui a proposé que la SSH trouve une formule d'apprentissage permettant aux sportifs de pointe de concilier le sport et la profession.

Assurance tourmentée

L'assurance-maladie traverse, on le sait, une période tourmentée. Les caisses sociales Hotela ne sont pas épargnées par les remous. C'est ce qu'a voulu démontrer leur directeur, *Jean-Paul Genoud*. Ce dernier a notamment fait remarquer que l'hôtellerie est «lourdement pénalisée» par l'introduction par l'Etat de la compensation des risques car elle emploie beaucoup de jeunes, la catégorie d'assurés qui est la plus frappée. En 1993, la caisse a dû verser à ce titre 10 millions de francs. Elle en versera probablement 11,8 millions en 1994. Grâce à sa caractéristique de caisse professionnelle, la caisse-maladie Hotela n'en conserve par moins un atout maître, à savoir que toutes les assurances sociales sont sous le même toit, devait dire M. Genoud.

Voir aussi en pages 5 et 19

Alberto Amstutz (à gauche) et Jean-Philippe Maitre: des avis convergents sur le taux spécial à octroyer à l'hôtellerie. *Photo: Miroslaw Halaba*

Soutien remarqué et apprécié

La SSH a reçu lundi un soutien apprécié dans sa quête d'un taux de TVA spécial. Dans une courte, mais brillante allocution, l'invité du jour, le conseiller d'Etat genevois *Jean-Phillipe Maitre* a indiqué que la revendication d'un taux différencié pour la branche touristique est «admissible» et cela sans que l'on puisse reprocher à ses auteurs de favoriser l'inégalité de traitement par rapport à d'autres branches professionnelles. Cela pour deux raisons notamment: le tourisme exerce un grand effet multiplicateur dans l'économie et les branches traditionnelles d'exportation bénéficient de mesures sectorielles de soutien. «Sous l'angle spécial de la TVA, on peut donc justifier politiquement et économiquement un traitement spécial des activités du tourisme».

M. Maitre a par ailleurs relevé que par ses travaux d'entretien et de rénovation de son outil de travail l'hôtellerie apporte une contribution à la relance économique. Il a aussi appelé de ses voeux une «véritable prise de conscience», sur le plan politique, de l'importance du tourisme dans l'économie. Une volonté dans ce sens existe aujourd'hui sur le plan fédéral. Preuve en est le rapport Hayek. Ce rapport est important pour l'avenir de l'ONST, estime M. Maitre, mais «un peu centralisateur» dans son volet promotion.

Au sujet de la promotion précisément, M. Maitre a déclaré: «Vous êtes les ambassadeurs, sur le terrain, de l'identité helvétique». Identité signifiant: accueil, travail bien fait, qualité, efficacité. Et comme la Suisse ne sera jamais faite pour le tourisme de masse, elle doit cibler son action sur le tourisme de qualité. *MH*

Pierre-Olivier Barroud

La SHG n'abandonne pas les petits hôtels

Président de la Société des hôteliers de Genève (SHG) depuis 1992, Pierre-Olivier Barroud n'a pas eu la vie facile. Ce Vaudois assume cette fonction alors que les nuitées sont en chute libre depuis plusieurs années dans la cité de Calvin, surtout dans l'hôtellerie économique. Il est l'un des artisans du Centenaire de la SHG, qui a réalisé 17 manifestations de grande envergure cette année.

Interview:
VÉRONIQUE TANERG

Les manifestations du Centenaire de la SHG étaient essentiellement orientées vers le public genevois. Ont-elles connu un bon impact ?

Notre participation à la Foire de Genève a donné lieu à 48 articles de presse. De plus, nous avons atteint nos deux objectifs: premièrement, il s'agissait de mieux faire connaître les métiers hôteliers afin de susciter des vocations professionnelles et de valoriser la profession à travers nos actions. Il ne faut pas oublier que l'hôtellerie fait partie de l'image de Genève. Notre second but était offrir un bus à l'Association Transport-Handicap. La loterie que nous avons organisée a permis de collecter 80 000 francs, qui seront versés à cette association qui favorise le déplacement des personnes âgées et handicapées.

Lors du centenaire de la SHG, n'a-t-on pas trop favorisé l'hôtellerie haut de gamme aux dépens de l'hôtellerie économique?

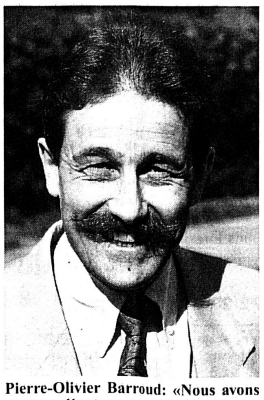
C'est faux. Lors des journées portes ouvertes, on ne peut pas empêcher le public de venir rêver dans la suite où a dormi *Michael Jackson*, ni dans celle que préfère *Liz Taylor*. Mais des hôtels moins prestigieux ont participé à l'opération.

Qu'en est-il du fonctionnement de la Société des hôteliers de Genève ?

Comme dans tout principe démocratique, un vote égale une voix. Or, 62 établissements sont membres de la SHG dont seulement 15 cinq étoiles. Les petits établissements peuvent également défendre leurs intérêts, à condition de participer aux séances. De plus, quatre actions spécifiques sont prévues pour ces établissements: l'Office du tourisme de Genève fait une analyse des marchés potentiels pour l'hôtellerie économique. Deux actions vont en découler: la création d'un fonds pour promouvoir Genève sur ces marchés spécifiques ainsi que la publication d'un support de ventes. Tous les établissements participent au financement du système de réservation «Guihomtel», qui entrera en fonction en janvier 1994. Or les hôtels haut de gamme savent bien qu'il sera davantage utile à l'hôtellerie économique.

Le dumping hôtelier s'est considérablement développé à Genève et les établissements haut de gamme ont fait de l'ombre aux hôtels bon marché en cassant les prix. Jusqu'à quand les hôteliers vont-ils pouvoir tenir?

Il faut que cela cesse, car le dumping met la profession en péril. Nous allons définir un Livre blanc que chaque hôtelier s'engagera à respecter. Il s'agit de s'engager pour défendre l'éthique professionnelle.



Pierre-Olivier Barroud: «Nous avons encore d'autres atouts dans notre manche». *Photo: Patrick Stolz*

Mais Genève a un handicap supplémentaire par rapport au reste de la Suisse: il s'agit de la concurrence française. Avec un franc quatre fois inférieur, les hôtels français concurrencent directement les hôtels de gamme économique de Genève. Surtout ceux qui sont implantés dans la zone aéroportuaire et ceux dans la région de Saint-Julien, Gaillard et Annemasse. Et là, nous ne pouvons malheureusement rien faire.

Grâce à la loi sur le tourisme, qui entrera en vigueur le 1er janvier 1994, une taxe de séjour sera imposée à tous les visiteurs séjournant dans la ville du bout du lac. Qu'en pensent les hôteliers?

Les hôteliers soutiennent l'instauration de cette loi, puisqu'elle va permettre de récolter des fonds supplémentaires qui seront attribués à la promotion de Genève. A partir de l'année prochaine, l'Office du tourisme de Genève disposera d'un budget renforcé (de huit millions de francs contre 4,5 millions actuellement).

En revanche, l'Office du tourisme de Genève va dégraisser les effectifs de son comité: ils passeront de 45 personnes à 19. Les hôteliers pourront-ils encore faire entendre leurs voix ?

Nous n'avons aucune velléité d'hégémonie. Chaque secteur économique doit être représenté en fonction de ce qu'il paye. Et puis, il faut nous ouvrir à la créativité: les nouveaux membres seront sélectionnés en fonction de leur dynamisme et des idées nouvelles qu'ils peuvent apporter.

Après les festivités du Centenaire de la Société des hôteliers et dans l'attente de Télécom en 1995, l'année prochaine s'annonce fade. Cela ne signifie-t-il pas une période creuse pour les hôteliers ?

Certainement pas. Il faut faire bouger les choses. Nous nous sommes battus pour que le Salon du poids lourd soit à nouveau organisé à Palexpo, alors qu'il aurait dû être annulé. Les hôteliers ont offert des conditions avantageuses aux exposants, ce qui a contribué à faire revenir ces professionnels sur leur décision. De plus, la promotion commune Vaud-Genève va continuer aux Etats-unis et en Extrême-Orient. Et, puis nous avons encore quelques atouts dans notre manche. Mais nous n'allons pas abattre toutes nos cartes en même temps. Vous verrez bien l'an prochain.

Livre-témoignage

Cent ans d'hospitalité

La Société des hôteliers de Genève (SHG) publie un livre-témoignage sur les cent ans de l'hôtellerie dans la cité de Calvin. La publication de cet ouvrage, richement illustré de documents et photographies d'archives, clôture une année de festivités pour commémorer son centenaire.

Réalisé sous la houlette d'*Herbert Schott*, directeur de l'«Intercontinental», «L'hôtellerie genevoise, cent ans d'hospitalité par excellence» est un ouvrage collégial, réalisé sur la base d'archives. Il est publié simultanément en anglais et en français. L'archiviste d'Etat, *Catherine Santschi*, signe la préface tandis que *Jean de Senarclens, Jean M. Marquis* et *Nathalie van Berchem* retracent l'évolution historique de cette profession, depuis la seconde moitié du XIIIe siècle jusqu'à nos jours.

Le dumping hôtelier n'est pas une nouveauté à Genève. «En 1906, les membres de la SHG signent un accord secret par lequel ils s'engagent à respecter les prix convenus». Quelques mois plus tard, le directeur de l'Hôtel de Russie est épinglé pour ne pas avoir respecté la convention. «Cette tentative de régulation ne survivra pas à l'incident», soulignent les historiens.

La Société des Hôteliers a consacré un budget de 265 000 francs à cet ouvrage tiré à 11 000 exemplaires (dont 9000 ont d'ores et déjà été vendus). Mais elle n'omet pas de présenter les hôteliers d'aujourd'hui: elle publie 52 photographies d'hôtels avec, au verso, le portrait de leur directeur. «Nous allons archiver tous les documents qui nous ont servi de base pour réaliser ce livre, souligne *Pierre-Olivier Barroud*, président de la SHG. Histoire que nos successeurs puissent constater, dans une centaine d'années, que nous n'avons pas chômé». *VT*

DIVERS

Offizielle Fachstelle für:
Inventarexpertisen
im Gastgewerbe
Unternehmensberatung

th **Thomas Hauser**
Postfach
6280 Hochdorf
Tel. 041 88 22 70

Infolge Neubaukonzeption und Umbau des bedienten Restaurants in ein Selbstbedienungsrestaurant sind wir beauftragt

am Mittwoch und Donnerstag den 29. + 30. Dezember 1993
jeweils von 9.00-18.00 Uhr durchgehend

den gesamten Restaurant-Innenausbau, die Küchen- und Konditoreieinrichtung sowie das gesamte Restaurant-Inventar des

WARENHAUS-RESTAURANT ST. ANNAHOF
Bahnhofstrasse 57, 8001 Zürich

zu günstigen Preisen zu
liquidieren

Einbauten:
Buffeteinbauten CNS, Wandtablare CNS, gekühlte und ungekühlte Buffetunterbauten, Arbeitstische CNS, Ablufthauben, Abwascherei inkl. Hildebrand-Spülmaschinen, das gesamte Restaurantmobiliar, Servicestationen, Leuchter, Tresor, Vorhänge etc. etc.

Maschinen und Apparate:
Vaccummaschine, Aufschneidmaschine, Stufenkühlvitrinen, Registrierkassen mit Geldrückgabe, Kaffeemaschine «La Cimbali» für Selbstbedienung, Kaffeemaschine Egro, Drucksteamer Salvis, Friteusen Valentine, Teigwarenmaschine, Gewerbekochherd Therma Gas und Elektro, Kippkesselkombination Therma, Salamander Therma, Rahmmaschinen, Gärschrank + Konditoreibackofen Locher-Revenf befahrbar, Teigausrollmaschine Rondo, Spiralknetер Kemper, Teigteil- und Wirkmaschine, Kühlegetränkdispenser, Saftpressen, Milcherhitzer und andere Gastro-Maschinen etc. etc.

Kleininventar:
Transportrollgestelle, Küchenbatterien CNS, ca. 300 GN-Schalen und Bleche diverse Grössen, grosser Posten Küchenartikel CNS, diverse Bäckerei- und Konditoreiartikel, Haubank Holz, grosser Posten Glaswaren und Porzellanartikel, Bestecke CNS etc. etc.

Die Verwendbarkeit der Einbauten und des Inventars in neueren Betrieben, ist infolge des guten Zustands der einzelnen Artikel gewährleistet.

Für den Besuch danken wir Ihnen im Namen unseres Auftraggebers Gastro-Fachstelle-Hochdorf, Thomas Hauser, Tel. 041 88 22 70

Pour l'ouverture d'un nouvel établissement haut de gamme, nous cherchons

1 cave complète

comprenant des vins de qualité, stockés et encavés dans de bonnes conditions.

Faire offre avec liste des vins comprenant l'année et le prix à

Elitel Management SA
Monsieur Olivier Vulliamy,
Case postale 451,
1000 Lausanne 30.

60775/251054

Mercedes Puch, Geländewagen

Hotelanfertigung mit acht Sitzplätzen, elektr. Trittbrett, Standheizung, elektr. Fensterheber, Zentralverriegelung, Klimaanlage, Schiebedach usw.
Farbe: Schwarzblau/metallic.
170-PS-Motor, permanenter Allradantrieb, Automatikgetriebe.
1. Inverkehrssetzung: März 1993.
Km-Stand: 17 500.
Neupreis Fr. 180 000.–
Verkaufspreis netto Fr. 99 000.–
Eintausch, Leasing möglich.

Anfragen: an Autohaus Steffisburg (bitte Herrn E. Balz verlangen)
Tel. 033 37 22 44 od. 077 56 43 83.

60818/374458

Von Privat wegen
Geschäftsaufgabe zu verkaufen

Cadillac Brougham

Luxuslimosine, Typenschein X, 8 Plätze, weiss, Baujahr 1991, 7000 km, Interieur in roten Leder, Bordcomputer usw., nur von Chauffeuren gefahren.

Preis auf Anfrage. Anteil WIR wird an Zahlung genommen.

Franz Weppernig,
Telefon 032 88 21 39 60666/374164

Zu kaufen gesucht

Alte Heriz-Teppiche

Telefon 01 451 00 51, 071 58 12 78
165484

LIEGENSCHAFTENMARKT

Unternehmungsberatung

Im Auftrag der politischen Gemeinde Jona suchen wir

per 1. Dezember 1994
oder nach Vereinbarung einen

Mieter

für den

Gasthof Kreuz in Jona

Der gepflegte, 1981 als Gemeindezentrum eröffnete Gasthof liegt mitten in der attraktiven Gemeinde Jona am oberen Zürichsee (rund 15 500 Einwohner).

Der Betrieb verfügt über 2 Restaurants mit je 40 und 80 Sitzplätzen, diverse Sitzungszimmer, einen unterteilbaren Saal mit rund 500 Bankettsitzplätzen und 8 Gästezimmer.

Das erforderliche Eigenkapital liegt bei rund Fr. 500 000.– bis Fr. 700 000.–

Schriftliche Bewerbungen sind zu richten an:

Treuhand SWV
für Gastgewerbe + Hotellerie

Treuhand SWV,
Abt. Unternehmungsberatung, z. H. Kurt O. Winkler
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich

Zu vermieten auf Anfang 1994

Restaurant in Biel

vis-à-vis Stadttheater, mit Markt (3x pro Woche) und Terrasse im Sommer.

Restaurant: 45 Plätze;
1. Stock: 40 Plätze + Terrasse.

Ideal für Wirtepaar (Koch?). Küche vor drei Jahren neu eingerichtet.

Offerten bitte unter Chiffre 60816 an hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60816/374601

Zu verkaufen am Lago di Como – Italien

Neu-Restaurant à la carte

direkt am See

– 2 Säle mit 40 Plätzen
– Terrasse mit 20 Plätzen.

Adresse: «Osteria del Borgo»
Mezzera Andrea
Viale Umberto 1, N° 23
22015 Gravedona (Como)
Italia.

Telefon 0344-89043
(von 11.00–14.00, 18.00–22.00)

60503/373842

LIEGENSCHAFTENMARKT

Ascona
Im Auftrage der Besitzerschaft verkaufen wir an bester Lage von Ascona

Restaurationsbetrieb

Kurzbeschrieb

Restaurant	70 Plätze
Säli	30 Plätze
Piazza	80 Plätze
Jahresbetrieb	

Dieser bestbekannte, umsatzstarke Restaurationsbetrieb bietet initiativen Fachleuten eine sichere Existenz.

Falls Sie interessiert sind, erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung an untenstehende Adresse.

Fred Siebenmann AG
Unternehmensberatung für Hotellerie + Restauration
Tribschenstrasse 7, 6005 Luzern
Telefon 041 44 05 55
Fax 041 44 00 37

O 60768/199176

Per sofort oder nach Vereinbarung zu vermieten in **Rapperswil SG** an bester Lage

Speise-/Spezialitätenrestaurant

Geeignet für fachlich gut ausgebildetes Ehepaar (Wirtepatent nicht erforderlich), mit ausgewiesenem Eigenkapital von zirka Fr. 60 000.– bis Fr. 100 000.–. Personal kann übernommen werden.
Interessenten melden sich bitte unter Chiffre T 261-19431, an ofa Orell Füssli Werbe AG, Postfach, 8853 Lachen SZ.

O 60764/199176

In

Soglio (Bergell)

Zu vermieten ab 1. 6. 1994

Restaurationsbetrieb

«Stüa Granda»

mit 60 Sitzplätzen,
Gartenwirtschaft und 18 Betten.

Zu vermieten

Ladenlokal

für Lebensmittelgeschäft.

Interessenten melden sich bei Comunità Evangelica, 7610 Soglio
Tel. 082 4 14 21 (bis 7. Januar '94).

60817/374610

Zu verkaufen:
Puentedeume, la Coruña
(am Meer) **neue**

3-Zimmer-Parterre-Wohnung

möbliert, Z.H. Terrasse und Garage

sowie **neue**

3-Zimmer-Wohnung

3. Stock, Balkon, möbliert.
Beides Superangebote.
Telefon 074 7 39 02

60819/374474

Wenn's pressiert...

...übermitteln Sie uns Ihre Inserat-Aufträge einfach per **Telefax.** Rund um die Uhr.
Nummer **031 372 23 95.**

MARCHÉ IMMOBILIER

MONTREUX à louer

café-restaurant
90 chaises + terrasse
pour le 1er février 1994

Tél. 021 963 04 51

60766/292788

Società Anomina vende nel sopraceneri in posizione privilegiata

Hotel

di recente ristrutturazione, possibilità di ampiamenti, zona partenza nuova trasversale alpina.
Interessati scrivano a cifra E 110-715918, an Publicitas, Postfach 2281, 6501 Bellinzona.

P 60681/44300

MONTREUX à remettre

hôtel garni
30 chambres tout confort
pour le 1er février 1994

Tél. 021 963 04 51

60765/292788

Vendesi
Lago di Como – Italia

nuovo tipico ristorante à la carte

direttamente a lago

– 2 sale di 40 coperti
– Terrazza di 20 coperti.

Cucina complettamente attrezzata.

Indirizzo: «Osteria del Borgo»
Mezzera Andrea
Viale Umberto 1, N° 23
22015 Gravedona (Como)
Italia.

Telefono 0344-89043
(dalle 11.00 alle 14.00,
dalle 18.00 alle 22.00)

60502/373842

---

hotel + touristik revue Günstiger im Abonnement!

Name _____
Vorname _____
Beruf/Position _____
Strasse/Nr. _____
PLZ/Ort _____
Telefonnummer _____

	1/1 Jahr	1/2 Jahr	1/4 Jahr
Inland	☐ Fr. 110.–	☐ Fr. 66.–	☐ Fr. 35.–
Ausland (Landweg)	☐ Fr. 146.–	☐ Fr. 87.–	☐ Fr. 48.–
Ausland (Luftpost) Europa; Nahost	☐ Fr. 200.–	☐ Fr. 120.–	☐ Fr. 66.–
Ausland (Luftpost) Übersee	☐ Fr. 279.–	☐ Fr. 166.–	☐ Fr. 92.–

☒ Zutreffendes bitte ankreuzen

Bitte ausschneiden und einsenden an: hotel + touristik revue, Abonnementsdienst
Postfach, CH-3001 Bern

Ordentliche Präsidentenversammlung SHV

Aktiv sein - auf allen Ebenen, an allen Fronten

Rückblick und Ausblick - Berichterstattung und Planung: An der Präsidentenversammlung des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) liessen sich die Präsidenten der Sektionen und Kantonalverbände von Verbandsleitung und Geschäftsleitung über das (bald) vergangene Geschäftsjahr informieren. Stellung zu nehmen hatten sie zu Verbandsprogramm und Budget 1994. Beides wurde gutgeheissen.

STEFAN SENN

SHV-Präsident *Alberto Amstutz* und der Präsident der Geschäftsprüfungskommission (GPK), *Robert Infanger,* waren sich einig: 1993 wird als bewegtes Jahr in die Annalen des Verbandes eingehen. Die Folgen der wirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen waren auch in der Hotellerie spürbar.

Infanger wies auf die alles andere als rosige Situation der Personalberatungsstelle Hotel job SHV hin und sprach dann vom geschrumpften Inseratemarkt (Stelleninserate und Geschäftsanzeigen) «den insbesondere die *hotel + touristik revue* zu spüren bekommen hat».

Amstutz erwähnte die Situation auf dem Arbeitsmarkt (derzeit rund 180 000 registrierte Arbeitslose) und den Rückgang der Übernachtungszahlen. Er kam in seinen Ausführungen auf die Ende November vom Schweizer Volk angenommene Mehrwertsteuer zu sprechen: «Bis heute wurde gute taktische Arbeit geleistet. Wir dürfen aber nicht nachlassen. Es gilt, auf allen Fronten und Ebenen aktiv zu bleiben und unserer Forderung nach einem Exportsatz immer wieder Nachdruck zu verleihen», betonte Amstutz. Als erfreulich wertete er in diesem Zusammenhang die Tatsache, «dass derzeit im Ständerat und im Nationalrat entsprechende Motionen unterwegs sind».

Investitionen für die Zukunft

Zum Kapitel «Erfreuliches» hatte auch GPK-Präsident Infanger einiges beizutragen, «beispielsweise die Investitionen in der *hotel + touristik revue,* durch die unsere Zeitung ihren Stellenwert in der Schweizer Medienlandschaft gefestigt hat», bekräftigte er. Und: «Die erfreuliche Zunahme der Lehrlingszahl von 793 im Jahre 1992/93 auf rund 900 im 1993/94 lässt den Schluss zu, dass im Bereich Berufsbildung/Nachwuchsmarketing eine Talsohle überwunden ist».

Alberto Amstutz und Robert Infanger dankten in der Folge dem Hauptsitz, den Institutionen, Kommissionen und Arbeitsgruppen und allen andern Verbandsgremien für die geleistete Arbeit und den Einsatz.

Schwarze Zahlen

Verbandsdirektor *Heinz Probst* vervollständige die Berichterstattung aus dem vergangenen Geschäftsjahr, er begann mit den Verbandsfinanzen: «Wir werden die Jahresrechnung mit schwarzen Zahlen abschliessen, Überraschungen in letzter Minute können ausgeschlossen werden», meinte Probst. Er begründete diesen Umstand auch damit, dass in den letzten Jahren im Personalbereich kontinuierlich reduziert wurde. Mit einem Stellen-Etat von 97,1 Stellen sei nun aber ein Stand erreicht, der als zwingend notwendig zu bezeichnen sei um den Anforderungen an den Verband weiter gerecht werden zu können, führte Heinz Probst weiter aus.

Klare Schwergewichte

Besondere Akzente setzte der SHV gemäss seinem Direktor im 1993 auf den Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU-Studie) und auf ein sogenanntes Kollektivmarketing (Aktion TV-Spots). «Als Chance erachten wir die vor kurzem vorgestellte (Hayek-Studie) Neuorientierung der Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ)», führte Probst weiter aus. «Wir brauchen die SVZ, doch wir brauchen eine SVZ, die unserer Hotellerie Gäste in die Schweiz bringt», umriss er in ganz groben Zügen die Aufgabe der SVZ nach der Neuausrichtung. Auch Heinz Probst kam auf die Arbeitslosigkeit zu sprechen: «Neben allen direkten wirtschaftlichen Auswirkungen hat die Arbeitslosigkeit mit Sicherheit auch Auswirkungen auf das Image der Branche. Und sie hat Auswirkungen auf die Politik der Ausländerkontingente.

Xaver Stocker, der neue Präsident der Finanzdelegation. Er ersetzt in dieser Funktion SHV-Ehrenmitglied Urs Hitz (Basel). *Foto: AN*

«Kollektive Marktbearbeitung»

Fast nahtlos ging's schliesslich von der (jüngsten) Vergangenheit in die Zukunft über, dann nämlich, als der SHV-Direktor zum Verbandsprogramm 1994 Stellung nehmen musste: «Im Interesse der Branche werden wir wiederum ein Hauptaugenmerk auf die kollektive Marktarbeit werfen. Ein entsprechendes Marketing- und Werbeprogramm wird derzeit vorbereitet, einbezogen werden sollen sowohl elektronische wie auch die Printmedien. Im Rahmen unserer Marktbearbeitung im Ausland wird es darum gehen, die Interessen der Hotellerie wirksam zu vertreten - wir wollen und müssen auch jenseits der Grenze dabei sein».

Und schliesslich: «Der Schweizer Hotelier-Verein hat im Zusammenhang mit der Mehrwertsteuer das Heft bezüglich Beratung, Information, Instruktion und Schulung voll in die Hand genommen. So rasch als möglich werden entsprechende Massnahmen eingeleitet».

Im Rahmen der Ausländerpolitik werde es darum gehen, so erklärte Probst weiter, der Branche die saisonalen Arbeitskräfte zu sichern.

Im Schosse des SHV

Zum Stichwort «englischssprachige Hotelfachschule in der Schweiz» sagte er: «Derzeit wird von externer Seite eine Situationsanalyse erstellt. Sie wird an den Tag bringen, in welcher Weise die Swiss Hotel Association Hotel Management School «Les Roches» in Bluche allenfalls zu ergänzen ist». Gesichert sei laut Beschluss der Verbandsleitung, «Les Roches» mittels neugestaltetem Kooperationsvertrag im Schosse des SHV zu behalten. Die Vertragsverhandlungen seien fortgeschritten und er, Probst, sei zuversichtlich, dass das Vertragswerk auch unterzeichnet werde. Jährlich würde dann dem SHV eine stattliche Summe als «Cooperation-Fees» zufliessen. Der SHV-Direktor nahm mit diesen Ausführungen (auch) Stellung zu einem Antrag des kantonalbernischen Hotelier-Vereins, der von der Versammlung angenommen und überwiesen wurde.

In seiner Funktion als neuer Präsident der Finanzdelegation war es schliesslich an *Xaver Stocker,* das Budget 1994 des Verbandes zu präsentieren. Es schliesst bei prognostizierten Erträgen von rund 29,27 Millionen Franken und Aufwänden von 29,23 Millionen mit einem Mehrertrag von 34 000 Franken ab. Darin enthalten sind neben den 700 000 Franken betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen, zusätzlich 100 000 Franken steuerlich begünstigte Abschreibungen. Und neben den 57 000 Franken Reservebildung gemäss den Vorgaben der Finanzpolitik, zusätzliche 100 000 Franken zur Reservebildungung.

Priorität hat «Frühwarnsystem»

Klar betont wurde, dass bei den Investitionen das Schwergewicht auf dem für 1994 vorgesehenen Neuen Rechnungs-Modell (NRM) gelegt werden. Es ermögliche ein monatliches «Reporting» über den jeweils aktuellen Finanzstand an Verbandsleitung, Finanzdelegation und Geschäftsleitung und sei damit ein geeignetes Frühwarn-, Führungs- und Controllingsystem. Weitere grosse Investitionsvorhaben sollen nur vorgenommen werden, wo damit direkte Einsparungen erzielt werden können.

Ehrgeiziges Ziel

Ein budgetierter Cashflow von 991 800 Franken, dies wurde an der SHV-Präsidentenversammlung im Hotel Des Bergues in Genf deutlich, stellt für eine Nonprofit-Organisation ein ehrgeiziges Ziel dar, das aber mit effizienten Dienstleistungen, mit einsatzfreudiger Arbeit aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und mit umsichtigem Finanzmanagement erreichbar sein sollte.

Die Anwesenden stimmten in der Folge sowohl dem Verbandsprogramm 1994 als auch dem Budget 1994 zu.

Siehe auch Seiten 5 und 17

AUS DEN SEKTIONEN

Gstaader Gastro-Info

Gelungender Auftritt des «Hotelier- und Wirtevereins Gstaad-Saanenland» an der Gstaader Herbstmesse: An einem Stand informierte der regionale Berufsverband über die Lehrausbildung im Gastgewerbe. Untermalt wurde die Informationsvermittlung mit verschiedensten Aktivitäten und Aktionen. Im Bild festgehalten wurde beispielsweise eine Demonstation der chinesischen Kochkunst. Vier Tage dauerte die «Leistungsschau», die von zahlreichen und interessierten Messebesuchern frequentiert wurde. Der Auftritt des Hotelier- und Wirtevereins Gstaad-Saanenland kam dank der Mithilfe von Hoteliers und Lehrlingen verschiedenster Betriebe zustande. (Foto: zvg) *pd*

SFG-Kurse 94/95

Ausschreibung

Die Schweizerische Fachkommssion für Berufsbildung im Gastgewerbe (SFG) in Weggis, hat die Kursdaten für die Lehrmeister- und Berufsprüfungs-Vorbereitungskurse ausgearbeitet.

Die Lehrmeisterkurse (LMK) B, C und D finden in Weggis statt und zwar vom 4.-8. Juli 1994, vom 12.-16. September 1994, respektive vom 3.-7. Oktober 1994. Die Kosten für jeden Kurs belaufen sich auf 550 Franken. 350 Franken betragen die Pesionskosten und auf 100 Franken kommen die Lehrmittel zu stehen.

Die Vorbereitungskurse auf die Berufsprüfung für Gastronomieköchinnen und -köche finden ebenfalls in Weggis statt. GK I vom 6.-17. Juni, (980 Franken Kurskosten, 900 Pesion, 250 Lehrmittel), GK II vom 19.-30. September, (980, 900, 50) und GK III vom 6.-10. März 1995 (490, 370, 50).

Hauswirtschaftsleiterin/Hauswirtschaftsleiter: Kursort Interlaken. HL I vom 17.-28. Januar, Kosten 980 Franken, Pension 900 Franken, Lehrmittel 250 Franken. HL II 16.-27. Mai, (980, 900, 50). HL III 19.-23. September (490, 370, 50).

Restaurationsleiter/Restaurationsleiterin: Kursort Weggis. RL I 6.-17. Juni, (980, 900, 250), RL II 19.-30. September (980, 900, 50), RL III 6.-10. März 1995, (490, 370, 50).

Für die Vorbereitung der Berufsprüfung sind je die drei Kursteile (I,II,III) sowie der Lehrmeisterkurs zu absolvieren. Alle offerierten Kurse sind Blockkurse mit Unterkunft und Verpflegung.

Anmeldeformulare und Auskunft: SFG, Schulzentrum, 6353 Weggis, Telefon 041/93 29 29, Fax 041/93 29 33. *pd*

SHA HMS Les Roches

«Ring the Bell»

Le carillon de la Swiss Hotel Association Hotel Management School Les Roches, à Bluche, a symboliquement et réellement résonné le 11 décembre, lors de la traditionnelle «Graduation ceremony» de la volée de l'automne 1993.

Une volée de 155 diplômés tout à fait exceptionnelle, la plus motivée, la plus enthousiaste et la plus participative de toutes celles passées à Bluche, comme l'ont précisé le président et le directeur de cette institution de la SSH. L'occasion pour *Peter Schlatter,* qui dirige l'Ecole «Les Roches», de sonner les cloches... en tout cas d'en faire fil rouge de son allocution et le symbole des qualités qui s'y rattachent: protection, appel à la réflexion, dialogue, paix, harmonie et souvenir de la Suisse, de son hôtellerie, de son école là-haut sur le Haut-Plateau.

«Kindness and humanity»

Au cours d'une cérémonie de clôture particulièrement joyeuse et entraînante, ponctuée d'intermèdes musicaux et gastronomiques, s'est déroulée la remise des diplômes avec la proclamation du palmarès. S'adressant aux jeunes, au terme de leurs deux ans et demi d'études, le nouveau et fringant président de l'Ecole, *Francois Ducry,* a souhaité qu'ils fassent preuve, dans leur future activité professionnelle, de la même volonté, du même enthousiasme et de la même motivation qui les ont animés durant leur passage à Bluche.

Après une carrière dans l'hôtellerie internationale, où il a eu le temp d'observer l'évolution professionnelle de nombreux jeunes diplômes d'écoles hôtelières, Francois Ducry a insisté sur la nécessité, pour le frais émoulus de Bluche, d'accompagner leur bagage technique d'une dimension humaine, d'un sens du service et d'un constant souci de satisfaire leurs hôtes «Kindness and humanity». Avant de souhaiter que chacun devienne un véritable ambassadeur itinérant de l'Ecole «Les Roches» et de la Société suisse des hôteliers. *JS*

Bel Etage

Ein grosses Dankeschön

Der SHV dankt allen ganz herzlich, die bei der Gestaltung und Einrichtung der Bel Etage in der Halle 214, Stand 214 L12 (Hotelbar und Hotelhalle), an der Igeho 93 in Basel, mitgewirkt oder ihre Produkte zur Verfügung gestellt haben.

Messe Basel, Messeleitung Igeho und Technischer Dienst Messe Basel. Albi Egli, Landgasthof Rössli, Hofstetten. Egon Babst, WelliS AG, Willisau. Silvio Weilenmann, F & W Communications AG, Ittigen. David Dimitri mit Schülerinnen und Schülern, Lehrerinnen und Lehrern der Scuola teatro Dimitri, Verscio, und die international bekannten Artisten Boule, Angelo und Valérie, Amelie und Eric. Elmar Preitsch, Basel. Rudolf Suppiger, Kriens. A.ER.MO-Möbel AG, Weiningen. AG für keramische Industrie, Laufen. Franz Baumgartner AG, Embrach. Bodenschatz AG, Allschwil. Boller Winkler AG, Turbenthal. Cabas by WelliS, Willisau. Creation Baumann, Langenthal. Dietiker AG, Stein am Rhein. Parqueterie Durrer, Kägiswil. Duscholux AG, Thun/Gwatt. Ebnöter AG, Sempach. Franke AG, Aarburg. Galvolux AG, Bioggio-Lugano. Gläser AG, Baden. Gebrüder Goetz AG, Interlaken. Maschinenfabrik Hildebrand, Aadorf. Hobart (Swiss) AG, Zürich. Hotela, Soziale Kassen SHV, Montreux. Musik Hug, Basel und Zürich. Idea Verde, Adligenswil. Isotel AG, Münsingen. Kältering AG, Basel und Interlaken. Licht Pablo Design AG, Zürich. Maurer Innendecoration, Bern. Minibar (Schweiz) AG, Baar und Oberrieden. Moroso c/o Iketrade, Zürich. NCR Registrierkassen, Basel. Nokia Ce (Schweiz) AG. Palisy Freizeit-Erlebnis-Anlagen, St. Erhard. Porzellanfabrik Langenthal. Röthlisberger Schreinerei AG, Gümligen. Salvis AG, Reussbühl. Simultan AG, Altishofen. Studer Handels AG, Dübendorf. Team by WelliS, Willisau. Teppichfabrik Melchnau AG, Melchnau. Wagner Visuell AG, Zürich. WelliS AG, Willisau. Zumtobel Licht AG, Rümlang.

Adelbodner Mineral- und Heilquellen AG, Adelboden. Ausländische Biere AG, Basel. Beard S.A., Montreux. Emil Benz Import AG, Oberarth. Bols-Cynar AG, Zürich. Cinzano SA, Lausanne. Coca Cola AG, Zürich. Maurice Collé & Cie, Carrouge. Delisca AG, Coca Cola, Birsfelden. Arnold Dettling, Brunnen. Diwisa SA, Willisau. Mineralquelle Eptingen, Sissach. Erdinger Weissbier, Erding. S. Fassbind AG, Oberarth. Frigemo SA, Cressier. Louis Golay SA, Genève. Haecky Drink AG, Reinach. Hochstrasser AG, Littau. Lateltin AG, Zürich. Manzoni, Gebenstorf. Marmot Kellerei AG, Wollerau. Martini & Rossi SA, Meyrin. Obstverwaltung Märwil AG, Märwil. Périsem S.A., Carouge-Genève. Pervilleau S.A., Mies. Pommery SA, Vevey. Theo Rietschi AG, Basel. Walter Röthlin, Kerns. Sibra Management AG, Rheinfelden. Siegenthaler + Cie. S.A., Prilly-Lausanne. Bäckerei-Konditorei Simon, Basel. Jacques Szmulovski, Genève. Testuz vignobles S.A., Treytorrens/Cully. Thurella, Bischofszell. Teigwaren-Spezialitäten Trattoria AG, Kerns. Treytorrens en Dézaley Cully. Unifontes, Rheinfelden. Warsteiner-Brauerei, Gampelen. Warteck Brauerei und Getränke AG, Basel. Zweifel Pomy-Chips, Reinach und Zürich. *shv*

REKLAME

Personalberatung für Hotellerie und Gastronomie

ADIA HOTEL

Temporärstellen · Dauerstellen · Kaderstellen

ADIA HOTEL · Adia Interim AG

Ecke Badenerstrasse-Langstrasse 11 · 8026 Zürich · Telefon 01/242 22 11

CARROUSEL

Hotellerie und Tourismus

Der Chef der Österreich Werbung (ÖW), **Klaus Lukas** (Bild) ist Anfang Dezember zum Präsidenten der «European Tourism Action Group» (ETAG) gewählt worden. Die ETAG mit Sitz in London umfasst alle für den europäischen Tourismus wichtigen Institutionen und koordiniert die Zusammenarbeit zwischen Regierungen, nationalen Fremdenverkehrsorganisationen sowie öffentlichen und privaten touristischen Interessengemeinschaften. Zu den Hauptzielen der ETAG zählt die Förderung des europäischen Tourismus. Die ETAG hat beratende Funktion im Europaparlament und kooperiert mit der Europäischen Union (EU).
Ab 1994 tritt Lukas zusätzlich die Nachfolge von **Walter Leu** als Präsident der «Touristischen Gemeinschaft der Alpenländer» (TGA) an.

*

Manuela Sidler – und nicht Monika S., wie fälschlicherweise in der letzten *htr*-Ausgabe geschrieben – heisst die neue Direktionsassistentin des Verkehrsvereins Bergün. Sie übernimmt damit auch die Stellvertretung von Tourismusdirektor **Ernst Weibel.** Nach erfolgreichem Abschluss der Internationalen Schule für Touristik (IST, vormals SST) in Zürich, arbeitete Manuela Sidler zuletzt als Verkaufsassistentin bei Airlanka.

*

Werni A. Eisen ist nach Mexiko zurückgekehrt. Als Managing Director steht er dem «Westin Regina Resort» in Los Cabos an der Südspitze der Baja California vor, das am 4. Januar eröffnet wird. Eisen ist seit 30 Jahren in der Hotellerie tätig, 15 davon arbeitete er für die Gruppe Westin Hotels & Resorts. Zuletzt jedoch als General Manager und Area Director im Penang Mutiara Beach Resort auf Penang, Malaysia. Von 1980 bis 1987 war er Direktor des Hotels Las Brisas in Acapulco und vorher der Camino-Real-Häuser in Puerta Vallarta und Cancun. Weitere Stationen waren die Hotels Marco Polo in Singapur und das Palace in St. Moritz. In Penang war Werni A. Eisen zudem in der Chaîne des Rôtisseurs sowie in der Hoteliers- und Tourismus-Vereinigung engagiert und in Acapulco nahm er als Konsul die Interessen der Schweiz wahr.

Food and Beverage

René Ulrich (Bild) hat als Betriebsgruppenleiter im SV-Service eine neue Herausforderung angenommen. Nach traditioneller Hotelkarriere, Koch, Hotelfachschule Lausanne, VDH, Direktion Motel Postillion Buochs und drei Jahren Im zur Gruppe der Manz Privacy Hotels & Gastronomie gehörenden Genfer Fünf-Stern-Hotel «De la Paix» wird ein neuer Direktor walten und offiziell die Tätigkeit seines Vorgängers **Peter Gantenbein** übernehmen. Der 32jährige **Fredy Hug** wird bereits ab 1. Januar im Haus tätig sein, um seine neue anspruchsvolle Aufgabe in Angriff zu nehmen und bestehende wie auch künftige Projekte des Hotels vorbereiten zu können. Dazu gehört die Eröffnung eines neuen Cafés, das ähnlich wie das Wiener Café im St.Gotthard in Zürich neue Wege beschreitet.
Fredy Hug hat mehrere Jahre Erfahrung in der Hotellerie und in Restaurants gesammelt. Für ihn ist der Wechsel vom Betriebsleiter eines kleinen Hotels – das er seit der Eröffnung vor zwei Jahren geführt hat – an die Spitze eines Luxushotels eine Herausforderung.

Marketing Erfahrung bei der Firma Knorr, wird er die Verantwortung für 14 Personalrestaurants, vorwiegend Banken, innerhalb der Regionaldirektion Zürich unter **Stephan Zuppinger**, übernehmen.

Touristik und Reisen

René Waespi (Bild) tritt am 1. Februar 1994 als Vize-Direktor in die Dienste der Cosmopolitan Tour Operating AG. In dieser Funktion wird er den Direktor, **Hans Hunziker**, entlasten und die Verantwortung für Teilbereiche in der Produktion und im Vertrieb übernehmen. Waespi, 35, arbeitete zuletzt als Leiter Produktion und Verkauf bei Intraflug. Während der vergangenen zehn Jahre war er zudem als Einkäufer bei Esco sowie als Teamchef und später Abteilungsleiter bei Imholz in Kaderfunktionen im Verkauf und in der Produktion tätig.

*

Susy Luginbühl ist seit dem 1. November Manager des Royal Wing im Royal Cliff Beach Resort an Ostküste Thailands. Frau Luginbühl hat ihre Hoteliers-Karriere an der Reception des Hotels Spinne in Grindelwald begonnen und führte dann das Chalet-Hotel Oberland in Interlaken, das seinerzeit zur «Spinne» gehörte. Von 1985 bis 1990 war sie Direktorin der «Spinne» Grindelwald selber. 1991, im Jubiläumsjahr der Schweiz, leitete Susy Luginbühl das Restaurant des Open-Air-Museums Ballenberg und assistierte dann bis Oktober 1993 einem guten Freund bei der Leitung des Hotels Fiescherblick in Grindelwald.

*

Monika Werner (Bild) ist ab 1994 die neue Repräsentantin für die Irische Fremdenverkehrszentrale in der Schweiz. Sie übernimmt somit die Stelle von **Yvonne Studer**, die die Fremdenverkehrszentrale Irlands Ende Jahr aus familiären Gründen verlässt. Monika Werner bringt einschlägige Erfahrungen mit, war sie doch während 12 Jahren für die British Tourist Authority (BTA in Zürich tätig.

Promotion 1994

Le Valais mise sur le tourisme pédestre

L'Union valaisanne du tourisme a présenté, mardi, le nouveau thème de sa promotion touristique pour l'année 1994. «Valais: s'arrêter, savourer, s'imprégner», tel est le fil conducteur qui amènera chaque touriste à découvrir les racines historiques, culturelles et naturelles d'un canton qui veut miser sur une promotion sans artifice.

ALEXANDRE BOCHATAY

A l'instar de l'ONST qui, l'année prochaine, développera le thème helvétique, «Chemins vers la Suisse», les responsables cantonaux du tourisme ont décidé de prolonger cette idée en développant l'idée des sentiers valaisans. «Le Valais regorge de sentiers. S'y balader, c'est retrouver tout un passé riche en traditions, en coutumes», explique *Melchior Kalbermatten*, directeur de l'UVT. «Il existe, en effet, de nombreuses façons de découvrir un pays, et les chemins du Valais s'y prêtent merveilleusement. Ils sont un pôle d'attraction touristique indéniable». L'an dernier, le thème de la culture, au sens général du terme, avait déjà conduit de nombreux touristes à travers les régions valaisannes. «Cette campagne promotionnelle avait suscité un engouement réjouissant de la part de nos hôtes, friands de paysages dans une nature intacte», poursuit-il.

Véritable arène touristique

Pour les responsables du tourisme, le Valais constitue une véritable arène où descendent les promeneurs. Plus de 8000 kilomètres de sentiers balisés sillonnent toute la région du glacier du Rhône au Lac Léman. Des atouts naturels que l'UVT est bien décidée à exploiter dans le cadre de sa politique de tourisme d'été. Et les possibilités ne manquent pas. Cinq grandes suggestions permettent aux touristes d'aborder des thèmes variés. Le Bas-Valais et la région de Martigny incitent, par exemple, à la découverte de sites romains. De l'amphithéâtre d'Octodure à l'Hospice du Grand-St-Bernard, les chemins historiques sont multiples.
Depuis qu'en 1988, l'ONST a rendu publique l'histoire du Grand Chemin des Walser, le canton dispose d'un atout supplémentaire. L'itinéraire actuel n'est pas celui suivi par les Walser dans leur migration, mais touche néanmoins quelques 150 sites empreints de leur culture.

Richesses naturelles

D'autres balades, et non des moindres, viennent compléter ce programme estival, encore exhaustif. Le chemin Stockalper, dans la région du Simplon, les nombreux bisses qui sillonnent les coteaux valaisans, ou encore les chemins qui serpentent à travers l'important vignoble valaisan figurent toujours parmi les «Best of» de l'offre touristique. «Notre vignoble est le plus important de Suisse. Difficile de l'oublier, surtout lorsque le plus gros morceau, entre Loèche et Martigny, s'étale sur une longueur de plus de 50 kilomètres! Le Valais, c'est 20 000 vignerons qui cultivent 5000 hectares de terre. Et les plus hautes vignes d'Europe, celles qui produisent le célèbre «Païen», mûrissent sur les hauteurs de Visperterminen, à 1000 mètres d'altitude», poursuit Melchior Kalbermatten. Le Valais a donc décidé de jouer la carte naturelle de ses origines. Son environnement constitue sa principale richesse.
L'UVT a encore dressé un bref bilan de l'année écoulée. «Comparativement aux résultats sur le plan national, nous avons limité les dégâts, confie le directeur de l'UVT. Pour le total des nuitées hôtelières, durant la saison d'hiver et jusqu'au mois de septembre de cette année, le canton enregistre une perte de 0,7%, contre 2,8% de moins pour l'ensemble du pays. Et le mois de septembre a été catastrophique en Valais. Les intempéries qui ont secoué le canton ont fortement fait chuter les taux d'occupation en général». A noter aussi une forte absence de la clientèle italienne durant la saison d'été passée. Pour les seuls mois de mai, juin, juillet et août, ils ont éte 23 000 de moins qu'en 1992. «L'instabilité provoquée par la situation politique du pays n'est pas étrangère à ce désistement». Les touristes français, britanniques et américains ont également été moins nombreux. Par contre, les Allemands, les Hollandais, les Belges et les Japonais, par leur présence plus importante, ont équilibré ces chiffres.

SSG Hotel Egerkingen

Grosszügige Festtags-Aktion

Das SSG Hotel Egerkingen hat eine grosszügige Weihnachtsaktion ausgeheckt. Das Hotel offeriert vom 24. bis 29. Dezember allen, die in der «Gäuer Region» ihre Bekannten, Verwandten und Freunde im Alters-, Pflegeheim oder Spital während der Festtage besuchen, eine Gratisübernachtung im Doppelzimmer inklusive Frühstück.
«Wir haben dafür fast alle unsere 125 Betten reserviert», sagt *Urs Blaser*, SSG Regionaldirektor und Gastgeber im SSG Hotel Egerkingen. Er will mit seiner Aktion den Besuchern von kranken oder alten Menschen die Möglichkeit bieten, während der Weihnachtszeit etwas länger bei ihren Verwandten, Bekannten und Freunden zu bleiben, als dies sonst möglich wäre. Und wer weiss, vielleicht wird dieser oder jener Verwandte oder Bekannte durch diese «Gute-Tat-Aktion» daran erinnert, dass in einem Pflege- oder Altersheim der «Gäuer Region» ein Bekannter oder eine Bekannte sich über einen Besuch freuen würde… Noch gibt es ein paar freie Zimmer. Für Reservationen (inklusive Mitteilung, wo der Besuch stattfindet). Telefon (062) 61 21 21.
SPF

Séléction Suisse 4*

Startschuss für 4-Stern-Gruppe

Die erste Generalversammlung der vor einem Jahr gegründeten Séléction Suisse 4*-Vereinigung hat vor kurzem im Hotel Du Lac in Lugano bei herrlichem Wetter stattgefunden. Es wurden Pläne, Strategien, Zielsetzungen sowie Organisatorisches für die Zukunft diskutiert. Obmann der Vereinigung, deren Hotels alle von der Besitzerfamilie persönlich geführte 4-Stern-Betriebe sind, ist *Urs Hauser* vom Hotel Belvedere in Grindelwald. Die Mitglieder im Bild sind: *Werner Ris, Peter* und *Elisabeth von Siebenthal, Alberto Amstutz, Therese* und *Rudolf Schmidt, Rudolf Pazeller, Silvia* und *Urs Hauser,* Frau *Hess,* Herr und Frau *Geering, Corrado* und *Cristina Kneschaurek (Foto: Séléction Suisse).* *SR*

Negativwerbung

«Drittklassige Küche»

Auffallen um jeden Preis – nach dieser Devise hat das Hotel Gampen aus Sulden am Ortler in der «Frankfurter Allgemeinen» inseriert. «Wir versprechen viel und halten nichts» lautet die Überschrift. Und im Text preist sich das Haus als «heruntergekommenes Hotel, schlecht ausgestattet» an und wirbt mit «drittklassiger Küche, überzogenen Preisen und schlechten Pisten».
Hotelier *Gert Reinstadler* hatte einen befreundeten Werbemann angesprochen, wie man denn wohl am besten neue Gäste in «schwachen Zeiten» in sein 45-Betten-Haus locken könne. Und so kam diese Anzeige für das mit drei Sternen ausgestattete Hotel zustande. Allerdings war das Echo eher lau. «Nur zwei bis drei Telefonate», die sich für die angepriesenen «schlampigen Kemenaten» interessierten, gingen spontan auf die Anzeige ein, berichtet der Südtiroler Hotelchef.
Ob zur Nachahmung empfohlen? Das Hotel Gampen mochte dazu keine Empfehlung abgeben.
GU

Humorfestival Arosa

Kabarett am Pistenrand

Zum zweiten Mal hat Arosa die Wintersaison mit dem Humorfestival eröffnet. Während letztes Jahr nur wenige Buchungen speziell durch diesen Anlass ausgelöst wurden, waren es jetzt immerhin schon rund 200 Packages. *Florenz Schaffner*, Kurdirektor von Arosa, schätzt, dass das Humorfestival somit nebst dem Imagegewinn rund 2000 zusätzliche Logiernächte bringt. Nicht abschätzbar ist allerdings, wie viele Gäste trotz Schneemangel in der letzten Woche nicht annulliert haben, weil das Humorfestival «Fun 4 you» garantierte. Der Kurverein und einige Hoteliers übernehmen einen grossen Teil der Organisation; letztere stellen zudem 700 Logiernächte für Künstler, Medien und Sponsoren zur Verfügung. Mit dem Humorfestival will Arosa eine neue Tradition begründen; in den nächsten Jahren sollen zusätzlich ein Forum für junge Talente und ein Treffpunkt für Kabarettisten organisiert werden.
SR

hotel+ touristik revue

stellen revue marché de l'emploi

HOTEL+TOURISTIK REVUE NR. 50 16. DEZEMBER 1993

Haus für Betagte
Sandbühl
Stadt Schlieren

Infolge Pensionierung unserer langjährigen Mitarbeiterin suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Leiterin Service

im Teilzeiteinsatz 50%

Da Sie beim Servieren der Mahlzeiten und in unserer Cafeteria in direkten Kontakt mit den Betagten kommen, sollten Sie Freude am Umgang mit älteren Menschen mitbringen.

Als Service-Leiterin sind Sie zudem verantwortlich für die Koordination und Planung der Arbeitseinsätze sowie gelegentlicher Bankette.

Wir erwarten die Bereitschaft, periodisch auch Samstag und Sonntag sowie an Feiertagen zu arbeiten. Arbeitszeit zwischen 06.15 und 19.00 Uhr, 42-Stunden-Woche.

Für diese interessante Stelle sind sehr gute Deutschkenntnisse erforderlich.

Wir bieten:
Schönen Arbeitsplatz in kleinem Team. Entlöhnung und Sozialleistungen gemäss Besoldungsverordnung der Stadt Schlieren.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:
Haus für Betagte Sandbühl
Herr Walter Schenk, Verwalter
Färberhüslistrasse 9, 8952 Schlieren

60830/182281

Victoria Jungfrau

Karriere ist nicht die Frage einer Chance, sondern auch die Konsequenz einer Entscheidung.

Herausforderung

Einem kreativen Koch (CH oder B-Ausweis) mit solider Karriere bieten wir eine echte Herausforderung auf dem Weg zur persönlichen Verwirklichung.

Als Verantwortlicher unseres gastronomischen Spitzenrestaurants

LA TERRASSE

bieten wir Ihnen den grösstmöglichen Spielraum bei der Gestaltung des Angebots sowie weitgehendste Freiheiten zur Realisierung hochgesteckter Ziele.

Als **Sous-chef** im Gesamtverpflegungsbereich unterstehen Sie direkt unserem erfahrenen Erwin L. Stocker, eidg. dipl. Küchenchef.

Eintritt März/April 1994 oder nach Vereinbarung.

Frau A. Krummenacher, Personalchef, freut sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Victoria-Jungfrau
Grand Hotel
CH-3800 Interlaken
Telefon direkt 036 27 36 77

60777/16632

Member of The Swiss Leading Hotels

Flughafen Restaurants Zürich

Als Produktionsstelle der Flughafen-Restaurants beliefern wir eigene und externe Personalrestaurants mit regenerierungsfertigen Mahlzeiten. In der Produktion in Kloten stellen wir Grundprodukte für unsere eigenen Betriebe am Flughafen sowie auch für fremde Restaurationsbetriebe – und Saucen für den Detailhandel her.

Nach Vereinbarung, jedoch baldmöglichst, suchen wir einen dynamischen und initiativen

Produktionschef

Die Hauptziele dieser Funktion sind:

- Selbständige Leitung der Produktionsküche
- Führen einer geschulten, flexiblen und integren Brigade (9 bis 10 Mitarbeiter)
- Sicherstellen der täglichen Produktion durch aktive Mitarbeit
- Einarbeiten in unsere Saucenproduktion
- Pflegen des direkten Kontaktes mit den Küchenchefs am Flughafen, Vertreten der eigenen Interessen und Sicherstellen der gegenseitigen Information
- Festlegen des Produktionssortimentes und der Rezepturen in Zusammenarbeit mit Ihrem Vorgesetzten und der Geschäftsleitung.

Als idealer Bewerber sind Sie führungserfahren in der Leitung einer Produktion der Lebensmittelverarbeitung oder einer grösseren Küchenbrigade. Sie sind offen für Neues, für Unkonventionelles zu begeistern und befassen sich intensiv mit der Frage der Restaurationsküchen von morgen.

Gerne informieren wir Sie genauer über diese Aufgabe und unseren Anteil der Leistungen in einem persönlichen Gespräch. Ein schönes Studio oder eine Wohnung können wir Ihnen zur Verfügung stellen. Ihre Bewerbungsunterlagen mit einer Hand-schriftprobe senden Sie bitte an:

FLUGHAFEN-RESTAURANTS ZÜRICH
Personalabteilung
Herrn J.-L. Gerber
Postfach 1523
8058 Zürich-Flughafen
Telefon 01 814 33 00

60795/40290

BINDELLA
GASTRONOMIA ITALIANA

TERRA · VITE · VITA

Erde, Rebe und Leben - diese Trilogie steht über dem Konzept unseres neuen Ristorante/Bar in der Altstadt von Bern.

Eröffnen möchten wir dieses mit einem jungen Team im **April 1994** und hoffen, Sie sind dann dabei als unser/e neue/r

GeschäftsführerIn

der/die mit Herz und Seele GastgeberIn ist und die italienische Kultur lebt und leben lässt.

Wenn Sie den Fähigkeitsausweis besitzen, Organisations- und Führungserfahrungen, sowie gute Kenntnisse der italienischen Küche und Sprache haben, dann möchten wir Sie gerne für diese Aufgabe begeistern.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen:

Bindella Unternehmungen AG
Allmendstrasse 5, 3000 Bern 22
Thomas Käser ☎ 031 / 330 81 81

60831/299413

Team-work mit Aussichten

4-Stern-Hotel mit 100 Zimmern, französischem Restaurant, Bars und Bankettbetrieb, sucht nach Vereinbarung in Jahresstelle folgende Fachkraft:

Chef Entremetier

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an:

Hotel Metropole, z. H. Frau R. Stalder, Personalchefin, 3800 Interlaken, Telefon 036 21 21 51.

METROPOLE HOTEL

60842/16454

FERIENZENTRUM • HOLIDAY RESORT
INTERLAKEN – THUNERSEE

Infolge Kaufs eines eigenen Betriebes durch die bisherigen Stelleninhaber suchen wir auf März 1994 ein kreatives, flexibles

Betriebsleiter-Ehepaar

für unser Restaurant Landhaus Manor Farm.
Der Betrieb umfasst den gut eingerichteten und rustikal ausgebauten Restaurationsbetrieb **Landhaus** mit 180 Innen- und 200 Terrassenplätzen sowie den Snack **Pick up** mit Bar und take away.

Von Stellenbewerbern erwarten wir mehrjährige erfolgreiche Berufstätigkeit im Restaurationsgewerbe sowie Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit im Betrieb (Er: vorzugsweise Küche; Sie: vorzugsweise Service).

Interessenten senden Bewerbungsunterlagen an: Manor Farm AG, Postfach 189, 3800 Unterseen. Weitere Auskünfte erteilt Telefon 036 22 93 30.

Restaurant LANDHAUS Manor Farm
CH-3800 Interlaken-Thunersee

60709/109029

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 per Januar 1994 einen

Koch

Fühlen Sie sich angesprochen, dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbung.

L. und P. Hagenbuch
Telefon 01 761 62 82

60632/209767

Anzeigenschluss: Freitag, 17.00 Uhr

INHALT

	Seite
Stellenmarkt	1–10
Internationaler Stellenmarkt	8
Stellengesuche	9

SOMMAIRE

	Page
Marché de l'emploi	6–8
Marché international de l'emploi	8
Demandes d'emploi	9

Personalberatung
für Hotellerie und Gastronomie
ADIA HOTEL

Aktuelle Stellenangebote auf Seite 5

ADIA HOTEL · Adia Interim AG
Badener-Langstr. 11 · 8026 Zürich
Telefon 01/242 22 11

Suchen Sie im Tessin die echte Herausforderung?

Für die Neu-/Wiedereröffnung eines Restaurationsbetriebes suchen wir einen tüchtigen, kalkulationssicheren

Sous-chef oder **Chef de partie,**

der den

Sprung zum Chef

wagen möchte

sowie

Restaurant-Chef/in (I, D, F, E)

Wenn Sie zwischen 25/35 Jahre jung-kontaktfreudig-kreativ –

Ihre Mitarbeiter motivieren können und gewohnt sind, in der Küche sowie an der Front aktiv mitzuwirken, dann senden Sie Ihre Bewerbung an

hotel + touristik revue, 3001 Bern, Chiffre 60856.

60856/5088

Hotel Zürich
&
La Résidence

Möchten Sie Ihre Karriere in einem Erstklasshotel im Zentrum von Zürich beginnen?

Wir suchen auf Anfang März 1994 oder nach Vereinbarung eine

Verkaufsassistentin Food & Beverage

In Zusammenarbeit mit dem Food & Beverage-Manager und dem Bankett-Manager sind Sie für den Verkauf, die Organisation und Durchführung von Anlässen wie Banketten, Kongressen und Seminarien verantwortlich, erstellen die internen Bankettaufträge, erstellen und kontrollieren die Rechnungsaufträge der Bankett- und Kongressabteilung und helfen mit, Anlässe ausserhalb des Hotels zu organisieren. Für die administrativen Aufgaben steht Ihnen ein modernes Computersystem zur Verfügung.

Für diese Position sollten Sie eine Hotelfachschule absolviert haben, schon einige Erfahrung im Food & Beverage-Bereich gesammelt haben und Organisationstalent besitzen. Wenn Sie ausserdem kontaktfreudig und initiativ sind und gerne selbständig arbeiten, bietet Ihnen diese Stelle eine ideale Einstiegsmöglichkeit für eine spätere Kaderposition im Food & Beverage-Bereich eines Grossbetriebes.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung an Herrn P. Schnüriger oder Frau U. Bieri. Oder rufen Sie uns einfach an, um erste Fragen zu klären.

Neumühlequai 42, 8035 Zürich
Telefon 01 362 34 37 (direkt)
oder 01 363 63 63 (Zentrale)

zurichhôtels

60826/41432

WVGR POWER JOB

PERSONALBERATUNG

Von PROFIS für PROFIS!

*Wir beraten und vermitteln qualifizierte **Fachleute** der **Gastronomie** und **Hotellerie.***

Saison-, Dauer und Kaderstellen.

Anruf oder Fax genügt.
Tel. 081 39 39 79/Fax 081 39 39 79

Wirteverband Graubünden
POWER JOB
Frau Susanne Bugmann
7019 Flims-Fidaz

P 53362/68829

ALBERGO GARDENIA ★★★★
6987 Caslano-Lugano

Auf den 1. März 1994 suchen wir einen jungen, dynamischen

Küchenchef

der unsere Gäste mit seiner kreativen und leichten Küche gerne verwöhnen möchte.

Für diese herausfordernde und interessante Aufgabe benötigen wir eine gewandte Persönlichkeit, welche motiviert ist, den guten Namen unserer Küche (15 Punkte Gault & Millau) weiterzuführen.

Sind Sie kalkulationssicher und haben Organisationstalent und Führungsqualitäten – dann würden wir uns freuen, Sie kennenzulernen.

Unser Haus verfügt über 26 Zimmer, einen Speisesaal für die Hotelgäste, ein kleines A-la-carte-Restaurant sowie ein Tessiner-Grotto.

Sind Sie interessiert? – Dann senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Gehaltsvorstellung an:

Mini Roll AG, z. H. Herrn Markus Müller, Industriestrasse 4, 8836 Bennau.

60815/6700

Hochgebirgsklinik Davos-Wolfgang

Eine Herausforderung im schönen Kur- und Sportort Davos!

Die Hochgebirgsklinik ist eine moderne Fachklinik für Asthma und allergische Erkrankungen mit rund 330 Betten. Für den Bereich der Hauswirtschaft mit 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern suchen wir die

Gouvernante/Assistentin der Hauswirtschaftsleitung

Der Stelle wird im innerbetrieblichen Umfeld aufgrund ihrer Wichtigkeit eine grosse Bedeutung zugemessen und verlangt dadurch nach einer umsichtigen, kompetenten und belastbaren Persönlichkeit.

Ihre Aus- und Weiterbildung in der Hauswirtschaft (HBL) oder im Hotelfach (Hofa) bildet die Grundlage. Entscheidend für Ihren Erfolg aber sind Ihre organisatorischen Fähigkeiten, Ihre Erfahrungen und Ihr Engagement. Sie führen in fachlicher sowie personeller Hinsicht selbständig einen Bereich.

Eine Wohnmöglichkeit können wir Ihnen zur Verfügung stellen.

Unser Personalchef, Herr Urs Tobler, freut sich auf Ihre Bewerbung und gibt Ihnen in einem persönlichen Gespräch gerne weitere Auskünfte und Informationen.

Hochgebirgsklinik Davos-Wolfgang, Verwaltung
CH-7265 Davos-Wolfgang, Telefon 081 47 31 11.

O 60851/170526

***hotel
LANDGASTHOF SCHÖNBÜHL
3322 Schönbühl bei Bern
Telefon 031 859 69 69

Nach vierjähriger Tätigkeit in diesem vielseitigen und renommierten Gastronomiebetrieb suche ich nun meinen Nachfolger als

Aide du patron – Chef de service

Es erwarten Sie folgende Aufgaben:
- Stellvertretung des Inhabers
- Leitung und Überwachung des Services
- Organisation von Banketten und Seminarien
- Führung der allgemeinen Korrespondenz.

Wir erwarten:
- Freude am Umgang mit Menschen
- Fundierte Ausbildung im Gastgewerbe
- Bereitschaft, viel zu leisten und Verantwortung zu übernehmen
- eine frontorientierte Persönlichkeit.

Wir bieten:
- viel, aber keinen ruhigen Job
- den idealen Praxiseintritt für einen Absolventen einer Hotel- oder Gastronomiefachschule
- Angemessenes Honorar.

Eintritt: ab Mitte Januar 1994 oder nach Übereinkunft.

Wir freuen uns, mit Ihnen zusammenzuarbeiten. Ihre Unterlagen senden Sie bitte an O. Gerber

P 60694/32514

Fam. B. + O. Gerber-Fuhrer
Telefon 031/ 859 69 69
Mittwoch Restaurant geschlossen

★★★

Wirtschaft Bühlegg Weggis
Familie Bartolini und M. Lüthi • Wirtschaft Bühlegg • CH-6353 Weggis

Für unser Fischspezialitäten-Restaurant direkt am See suchen wir für die Sommersaison 1994

Servicemitarbeiter/in Jungkoch/-köchin

Interessenten melden sich bitte unter **Telefon 041 93 21 23**

60675/256846

TITLIS ROTAIR

Arbeiten Sie gerne tagsüber und geniessen am Abend den verdienten Feierabend?

Wenn ja – so sollten Sie sich das nachfolgende Inserat vielleicht zu Gemüte führen.

Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams

einen **Koch**

in Saison- oder evtl. in Jahresstelle.

Wir bieten Ihnen:
- geregelte Arbeits- und Freizeit (wenig Abenddienst)
- Saisonfreikarte für das Engelberger Skigebiet
- auf Wunsch ein Zimmer in unserem Personalhaus in Engelberg
- 13. Monatslohn ist bei uns selbstverständlich.

Was erwarten wir von Ihnen?
- Freude am Beruf
- Flexibilität, aber auch Kreativität sind bei uns sehr gerne gesehen.

Wenn Sie Freude haben, in einem aufgestellten Team mitzuarbeiten, so rufen Sie uns an. **Herr Joe Hug** oder **Frau Marianne Roth** freuen sich auf Ihren Anruf.

60854/241261

Titlis-Restaurationsbetriebe
Poststrasse 3, 6390 Engelberg
Tel. 041 94 31 10, Fax 041 32 85 05

Resort GrandHotels Bad Ragaz

Zur Unterstützung unserer Service-Brigade suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Chef de rang
und
Demi-chef de rang

für unser schönes, neurenoviertes Hotel-Restaurant im **** GRAND HOTEL HOF RAGAZ

Frau Reidt freut sich auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder auf Ihren Anruf, Telefon 085 9 01 31.

P 60869/349364

RESORT
GRANDHOTELS
BADRAGAZ
CH-7310 BAD RAGAZ

JUNGFRAU TOURS

Cocktail on Top of Europe, Nachtessen nach Jeremias Gotthelf, Plausch-Olympiade im Schnee, Velotour mit Picknick sind z. B. Wünsche unserer Kunden, die durch Sie mit Freude und Ideenreichtum zuverlässig organisiert werden.

Haben Sie Erfahrung im Incomingbereich, sind eine aufgestellte Persönlichkeit mit Verhandlungsgeschick, verstehen Offerten kreativ zu gestalten und Rahmenprogramme zu organisieren, dann sind Sie die ideale

Incoming-Spezialistin mit Flair

Wir bieten eine aufbauende Tätigkeit für 100%, allenfalls auch 50%-Job, in jungem und motiviertem Team. Ablösungen im Outgoing-Reisebüro sind möglich. Ihr Aufgabenbereich umfasst die Ausarbeitung von Programmen, Organisation und Betreuung von Gruppenreisen Incoming, Korrespondenz in D/E perfekt, gute Kenntnisse in F/I/Sp von Vorteil.

Eintritt: Februar 1994 oder nach Vereinbarung.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto an:

Jungfrau Tours AG
z. H. Herrn R. Widler
Höheweg 12, 3800 Interlaken
Telefon 036 22 85 85

O 60858/199176

VITA SANA

Die Vita Sana hat sich der ganzheitlichen Medizin verschrieben. Für unsere biologische Klinik und das Vita Sanotel, beide in Lugano-Breganzona, suchen wir:

Sekretärin

für den Empfang und allgemeine Büroarbeiten. Wir verfügen über das Fidelio-Front-Office-System. Die deutsche Sprache muss schriftlich und mündlich einwandfrei sein. Es ist von grossem Vorteil, wenn Sie auch über I, F, E verfügen. Sie arbeiten gerne im Team und sind Schweizerin oder Ausländerin und haben Jahresarbeitserlaubnis. Der Eintritt ist hier baldmöglichst.

Für unsere lacto-vegetabile Vollwertküche suchen wir

eine Köchin oder einen Koch

Sie verfügen über eine solide Grundausbildung, Sie freuen sich, mit biologisch angebauten Gemüsen und Früchten kreative Gerichte herzustellen. Sie arbeiten gerne selbständig und haben Phantasie, Sie sind Schweizer Staatsbürger oder Ausländer mit Jahresaufenthalt. Ihr Arbeitsbeginn dürfte im Verlaufe des Monats März 1994 sein.

Für die Abteilungen Buffet, Office und Küche suchen wir eine jüngere und gepflegte

Mitarbeiterin

für Reinigungsdienste, und während den Essenszeiten als Mithilfe am Buffet. Es handelt sich um eine abwechslungsreiche Arbeit, da Sie an verschiedenen Stellen eingesetzt werden können. Sie sollten bereits in diesem Bereich tätig gewesen sein, oder aber den Wunsch haben, sich hier einzuarbeiten. Ihr Arbeitsbeginn ist für den Monat Februar 1994 vorgesehen.

Wir bieten Ihnen:

Einen interessanten Arbeitsplatz, geregelte Arbeits- und Freizeit, leistungsgerechte Entlöhnung. Ein motiviertes Team ist neugierig, die neuen Mitarbeiter baldmöglichst kennenzulernen.

Ihr handschriftlich verfasstes Schreiben mit Lebenslauf, Foto und Zeugniskopien erreicht uns unter folgender Adresse:

Herrn Dir. P. L. Bravin, Vita Sana SA, Casella postale 3456, 6901 Lugano.

60785/370797

HoReGa Select

Häagen-Dazs

JOIN THE WINNING TEAM

Wer möchte nicht mit Überzeugung für ein Produkt, ein Konzept, ein Team eintreten? Sie können es! Als

Shop Manager/in

verkaufen Sie ein perfektes Produkt, kreiert für höchste (Dessert-)Ansprüche in einem exklusiv gestalteten Salon Glacier an hervorragender Lage.

Ein weltweit erfolgreiches Unternehmen wird nach Zürich nun in **Luzern** seinen ersten Erlebnis-Shop eröffnen.

Für die Position des/der Betriebsleiters/-in stellen wir uns deshalb eine Persönlichkeit mit folgenden Voraussetzungen vor:

- Eine/n «Jungunternehmer/in», der/die mit Dynamik, Ehrgeiz und Begeisterung dieses Pilotprojekt in Luzern realisieren hilft,
- Erfahrung in einer leitenden Funktion in der Gastronomie oder im Lebensmittelsektor mitbringt,
- sowohl ein/e überzeugte/r Gastgeber/in ist, als auch aktiv in allen Belangen des täglichen Betriebsablaufs sich engagiert,
- die hohen Anforderungen in bezug auf Warenpräsentation, Qualität und Hygiene einhält sowie auch sein Team zu Höchstleistungen anspornen kann,
- mit Vorteil englisch und französisch spricht,
- Wirtepatent erforderlich; Eintritt nach Vereinbarung.

Wenn wir Sie heute schon auf etwas wirklich Spezielles «gluschtig» gemacht haben, so senden Sie uns Ihre kompletten Unterlagen mit Foto zu.

HoReGa Select Kaderberatung AG
z. H. Frau D. Vögeli
Stänzlergasse 7, 4051 Basel
Telefon 061 281 95 91

60789/208191

Personalberatung für Dauerstellen, Kader- und Managementpositionen in Hotellerie, Gastgewerbe und Touristik

---

Wilden Mann Luzern

Hotel und Restaurants
★★★★

Für unser romantisches Boutique-Hotel im Herzen der Altstadt Luzerns, mit zwei Restaurants, Geranienterrasse und Bankettmöglichkeiten bis 110 Personen, suchen wir nach Übereinkunft

Gouvernante
Chef de partie

welche in diesen Positionen bereits Erfahrungen gesammelt haben, abwechslungsreiche, saubere Arbeit in einem jungen Team lieben, Ihr Können unter Beweis stellen und Neues dazulernen möchten.

Wir bieten geregelte Arbeitszeit, dem Können entsprechende Entlöhnung und eine gute Ambiance in einem aufgestellten Team.

Bewerbungen bitte an die Direktion Hotel Wilden Mann, 6000 Luzern 7, Telefon 041 23 16 66.

60745/23450

DAVOS

Seit 1991 erstrahlt das Hotel Seehof in neuem Glanz. Mit seiner Architektur, welche Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft auf harmonische Weise verbindet, zählt es heute zu den schönsten Hotels in Graubünden.
So sind ab sofort für die Wintersaison 1993/94 noch folgende Stellen zu besetzen:

In unseren
A-la-carte-Restaurants «Stübli» und «Orangerie»

Servicemitarbeiter/in

und in unserem
neuen mexikanischen Restaurant «CASCADA»

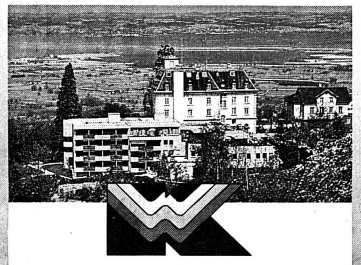
Kellner/in

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung und geben Ihnen auch telefonisch gerne weitere Auskünfte.

HOTEL S ★★★★
SEEHOF

Iris Iacomini, Mitarbeiter-Betreuerin
Postfach, 7260 Davos Dorf
Telefon 081 47 12 12

60852/9067



HOTEL**** KURHAUS BAD WALZENHAUSEN

SCHWEIZ · SUISSE · SVIZZERA · SWITZERLAND

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

Bardame/Barman

zur selbständigen Betreuung unserer gemütlichen Hotelbar «Le Pavillon».

Wir bieten:

Gute Verdienstmöglichkeiten, 5-Tage-Woche. Auf Wunsch stehen gediegene Unterkunftsmöglichkeiten zur Verfügung.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an die Direktion des Hauses.

CH-9428 Walzenhausen AR
Direktion: H. Brunner-Savoy
Telefon 071 44 01 01
Telefax 071 44 10 84

60750/37176

Der Logenplatz über dem Bodensee mit dem Dreiländerblick

Flughafen Restaurants Zürich

Die Flughafen-Restaurants Zürich gehören mit über 20 Restaurants und Bars zu den grössten Gastronomie-Betrieben der Schweiz.

Für unser **Restaurant Brasserie** suchen wir

eine Kassierin – Eintritt nach Vereinbarung
eine/n Serviceangestellte/n – per 1. Februar 1994

mit Berufserfahrung; Sprachkenntnisse in E und F sind erwünscht.
Beide Stellen sind auch in Teilzeit möglich. Interessiert?

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Passfoto und Zeug niskopien an:

FLUGHAFEN-RESTAURANTS ZÜRICH
Personalabteilung
Herrn J. Grohe
Postfach 1523
8058 Zürich-Flughafen
Telefon 01 814 33 00

60829/40290

Stadt Aarau

Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft in neu-eröffneten Barclub mit Attraktionen

Geschäftsführer

mit Fähigkeitsausweis

Wenn Sie Night-Club-Erfahrung haben, dann erreicht uns Ihre Bewerbung unter Chiffre 206-33711 ofa Orell Füssli Werbe AG, Postfach, 5001 Aarau.

O 60643/199176

Hotel/Restaurant Hecht

8272 Ermatingen, Tel. 072 64 16 15

Wir suchen in gepflegten Speiseservice per 1. April 1994 oder nach Übereinkunft eine/n

Serviceangestellte/n

Keine Bewilligung vorhanden.

Für nähere Angaben verlangen Sie bitte Herrn Hopf.

60779/73440

---

diagonal CAFÉ BAR

Amthausgasse 18
CH-3011 Bern
Telefon 031 311 06 16

Die attraktive Bar mit dem besonderen Etwas!

Für unsere erfolgreiche, moderne Bar im Herzen von Bern suchen wir ***den***

Chef de bar

der – als Profi das Cocktail-Mixen intus hat
- als Stellvertreter der Geschäftsführerin den Abenddienst übernimmt und das Team führt
- das Team im Barbereich schult
- durch seine Persönlichkeit die Mitarbeiter motiviert und die Gäste begeistert.

Auf Ihre Bewerbung freut sich:
R. Gysler, Café Bar Diagonal,
Amthausgasse 18, 3011 Bern,
Telefon 031 311 06 16 B 60801/350621

Wir suchen für unser Restaurant, das mitten im Herzen von Luzern liegt, eine/n

Chef/in de service/ Betriebsassistenten/-in

Möchten Sie gerne bei uns arbeiten?

Wir bieten Ihnen:
- Erfolgsbeteiligung
- internationale Kundschaft
- interessante und vielseitige Arbeit.

Wir erwarten eine/n fähige/n Praktiker/in mit guten fachlichen Qualifikationen.

Eintritt nach Übereinkunft.

Fühlen Sie sich angesprochen, dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Schwanen Restaurants
z. H. von Herrn U. Lauper
Schwanenplatz 4
6004 Luzern

60677/23302

SCHWANEN RESTAURANTS
Schwanenplatz 4, Luzern
Telefon 041 - 51 11 77

---

touristik hotel+ revue

Zum Jahresende und -beginn erscheint die hotel + touristik revue wie folgt:

Do., 23. Dez. 1993:	Doppelnummer 51/52 (Inserateschluss Stellenmarkt Freitag, 17. Dez. 1993, 17.00 Uhr)
Do., 30. Dez. 1993:	In der Altjahrswoche erscheint keine Zeitung
Do., 6. Jan. 1994:	Nummer 1/'94 (Inserateschluss Stellenmarkt Donnerstag, 30. Dez. 1993, 17.00 Uhr).

Für unser Restaurant/Hotel-Betrieb im Raume Innerschweiz suchen wir zur Ergänzung unseres kollegialen Teams

Serviertochter

Wir erwarten:
- Gute Umgangsformen, Zuverlässigkeit, Belastbarkeit und Selbständigkeit.

Wir bieten:
- Angenehme Zusammenarbeit und fachkundige Weiterausbildung.
- Auf Wunsch Kost und Logis im Hause.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen und bereit sind, kreativ in unserem Betrieb mitzuarbeiten, dann rufen Sie uns an zwischen 11.00 bis 13.30 und ab 17.00 Uhr,
Telefon 044 6 80 31.

60721/30880

Hotel Restaurant DIANA
3772 St. Stephan BE

Wir suchen für Wintersaison 1993/94

Serviertochter

Hotel Restaurant DIANA
Fam. G. Ginggen-Perren
3772 St. Stephan / Berner Oberland
Telefon 030 2 34 00 60627/62510

GASTHOF ZUR ALTEN POST
3294 BÜREN A/AARE

Genau ◎ hier !

Ihr Blick ist am richtigen Ort stehengeblieben !

Sie sind nämlich der /die fachkundige, freundliche und einsatzfreudige

Servicefachangestellte/r

die/der bei uns ab

1. März 1994

im schmucken Gasthof im Herzen des historischen Stedtlis Büren a/A nach einer neuen Herausforderung sucht !

Wenn Sie an selbständiges Arbeiten im à la carte und Bankett-Service gewöhnt sind, flexibel und unkompliziert an eine neue Aufgabe herangehen, so zögern Sie nicht länger, uns unter

☎ **065/65'10'48**

anzurufen !

Auf denselben Zeitpunkt suchen wir zusätzliche

Serviceaushilfen

die uns, ein junges Wirte-Ehepaar, tatkräftig unterstützen.

Rufen Sie uns an, wir freuen uns auf Ihre Bewerbung !

P 60796/44300

HOTEL CITY ZÜRICH

RESTAURANT · BAR · BISTRO

Wir suchen per Anfangs Januar 1994 für unser Hotel im Zentrum

Portier
(deutschsprechend)

Zimmermädchen

Serviceangestellte für den Frühdienst
(mit freiem Wochenende)

Ausländer nur mit Bewilligung B/C. Auf Wunsch kann ein Zimmer oder eine Wohnung zur Verfügung gestellt werden.
Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen und Foto an folgende Adresse:

Hotel City, Zürich
Löwenstrasse 34
8001 Zürich
Telefon 01 211 21 25

60825/40100

SONNE HÜTTWILEN

Landgasthof Sonne
8536 Hüttwilen
sucht nach Übereinkunft

Servicefachangestellte
mit Freude am Beruf und Flair für Gästebetreuung sowie eine/n kreative/n und kollegiale/n

Koch/Köchin
Geregelte Arbeitszeit, guter Lohn, aufgestelltes Team und eine gute Kundschaft sind da.
Ich freue mich auf Ihren Anruf:
Eddy Gander, Tel. 054 747 12 32.

P 60866/142581

Ochsen Zug

Für unseren lebhaften Réceptionsbetrieb suchen wir auf Anfang Februar 1994 eine aufgestellte

Réceptionistin

in Jahresstelle. Sie haben bereits Réceptionserfahrung, Englisch- und Französischkenntnisse; mündliche Italienischkenntnisse sind von Vorteil.

Wir bieten Ihnen ein eigenes Zimmer mit Dusche/Toilette oder Mithilfe bei der Wohnungssuche.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, rufen Sie uns an, oder schicken Sie uns Ihre Unterlagen.

Matthias Hegglin
City-Hotel Ochsen, 6301 Zug
Telefon 042 21 32 32

60702/41629

GAUER HOTEL
SCHWEIZERHOF BERN

Das 1994 wird ein ganz besonderes Jahr für uns:

Wir werden 135 Jahre jung! Allerlei Spezialanlässe und Aktivitäten sind geplant. Zum erfolgreichen Gelingen brauchen wir viele kreative, einsatzfreudige und innovative Mitarbeiter.

Möchten Sie mitmachen und in unserem jungen, aufgestellten Küchenteam ab Januar als

Commis de cuisine

arbeiten und Ihre Berufskenntnisse an unserem vielseitigen Angebot von Brasserie- und Bankettküche anwenden und vertiefen?

Haben Sie eine Berufslehre abgeschlossen, sind Schweizer Bürger/in oder verfügen über eine gültige B- oder C-Bewilligung, dann senden Sie uns Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns an:

Gauer Hotel Schweizerhof
Frau L. Liberti
Personalabteilung
Bahnhofplatz 11
3011 Bern
Telefon 031 311 45 01

P 60827/4600

The leading hotels of the world · RELAIS & CHATEAUX

HOTEL EUROPE

Für die kommende Wintersaison, Mitte Dezember 1993 bis Mitte April 1994, suchen wir zur Ergänzung unseres Teams noch folgende Mitarbeiter:

Koch (m/w)
Barmitarbeiter/in
Zimmermädchen
Logentournant

Gerne erwarten wir Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto und freuen uns, Sie zu einem persönlichen Gespräch in Davos begrüssen zu dürfen.

Hotel Europe
Regula Bertschinger,
Promenade 63,
7270 Davos Platz,
Telefon 081 43 59 21 (Bürozeiten)

DAVOS

O 60849/9334

MÜNSTERKELLEREI

Kramgasse 45 + Münstergasse 40
Bern

Wir suchen

Verkaufsmitarbeiter/in Ladengeschäft

für den Verkauf qualitativ hochstehender Weine und Spirituosen.

Verkauf, Versand und Sortimentspflege sind die wichtigsten Arbeiten, jeweils von Dienstag bis Samstag. Stellenantritt nach Vereinbarung.

Weinfachliche Ausbildung und/oder Verkaufserfahrung im Detailhandel erwünscht. Fliessend Französisch erforderlich.

Bewerben Sie sich bitte schriftlich, mit Beilage von Arbeitszeugnissen.

Münsterkellerei AG,
Alfred Häfliger, Steinhölzli,
3097 Liebefeld-Bern

P 60797/342963

---

wald egg

Höhenrestaurant Waldegg
9053 Teufen ob St.Gallen
Telefon 071/33 12 30

Wir suchen nach Übereinkunft in unser junges Team

- **Servicefachangestellte(n)**
- **Servicelehrling**
- **Patissier**

in gepflegtes Speiserestaurant. Wir bieten sehr gute Anstellungsbedingungen.

Wenn Sie Ihren Beruf lieben und helfen wollen, unsere Gäste zu verwöhnen, dann freuen wir uns auf Ihren Anruf.
Bitte Herrn Dörig verlangen.

P 60843/267228

AlBerto PIZZERIA Ristorante

Für unsere lebhafte **Pizzeria** sowie für das gemütliche Garni-Hotel **Chesa Albeina** suchen wir für lange Wintersaison (ab zirka 20. 12. '93) noch eine tüchtige und einsatzbereite

Buffettochter/ Zimmermädchen

(als Ablös in beiden Betrieben)

Saisonbewilligung vorhanden!

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto, oder rufen Sie uns doch gleich an!

Bitte verlangen Sie Frau Alder oder Herrn Weixler!

Klosters

Pizzeria Alberto
Bert Weixler
7252 Klosters Dorf
Telefon 081 69 61 69

60783/324612

★ ★
★ ★

GASTRONOMIE MIT STIL

Im Herzen von Luzern, an schönster Lage direkt an der Reuss, suchen wir für unser Erstklasshotel die freundliche und motivierte

Anfangsgouvernante

mit Herz.

Komfortable Hotelzimmer und Suiten, eine innovative Restauration und ein professioneller Seminar- und Bankettservice umschreiben das Spielfeld, für das Sie mit unserer Chefin Hauswirtschaft verantwortlich sind.

Unser unkompliziertes und aufgestelltes Team bietet Ihnen ein Umfeld, in dem Sie sich wohl fühlen und Ihr berufliches und menschliches Potential voll entfalten können.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto oder Ihren Anruf zuhanden von Herrn Andreas Aegerter, Direktionsassistent.

60781/22683

HOTEL DES BALANCES
WEINMARKT LUZERN · 6000 LUZERN 5
GOURMET RESTAURANT LA VAGUE
PIANO BAR · SALLE DES BALANCES · TERRASSE · BISTRO
TELEFON 041/5118 51 FAX 041/5164 51

BEST WESTERN · SWISS HOTELS

HOTEL RESTAURANT ARVENBÜEL AMDEN

Hotel Restaurant Arvenbüel
8873 Amden
oberhalb des Walensees

In unseren vielseitigen, lebhaften und modern eingerichteten Hotel- und Restaurationsbetrieb auf der Sonnenterrasse ob dem Walensee (zwischen Chur und Zürich) suchen wir

Jungkoch
Kellner oder Servicefachangestellte
Buffetmitarbeiter

Arbeiten Sie gerne in einem jungen Team, wo Sie Ihre Ideen mit einbringen und auch verwirklichen können, dann sind Sie vielleicht unser neuer Mitarbeiter.

Unser Hotel Arvenbüel bietet:

- angenehmes Arbeitsklima in kleinerem Team
- Logis im Haus in sehr schönen Zimmern möglich
- modern eingerichtetes Hotel
- gute Entlöhnung (im Service Festlohn mit Umsatzbeteiligung).

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns, Ihre Bewerbung empfangen zu dürfen, oder telefonieren Sie uns, damit wir mit Ihnen einen Termin für ein Vorstellungsgespräch vereinbaren können.

Familie A. + S. Rüedi
Hotel Arvenbüel
8873 Amden
Telefon 058 46 12 86

60733/141321

HOTEL EULER BASEL

IN ACT DE VIVOY

Unsere anspruchsvolle Kundschaft zu verwöhnen ist unser Anliegen. Das Beste zu bieten ist unser Ziel.

Für unser Luxus-Hotel mit 64 Zimmern suchen wir auf Anfang Januar 1994 eine kompetente

Gouvernante

Für diese verantwortungsvolle Aufgabe stellen wir uns eine Persönlichkeit vor, welche flexibel ist und Freude am Organisieren und Planen des gesamten Housekeepings mitbringt.

Haben Sie bereits Erfahrung in dieser Position gesammelt, und möchten Sie zusammen mit 15 Mitarbeiterinnen und 3 Lehrtöchtern für das Wohl unserer Gäste sorgen?

Wir freuen uns auf eine fachlich gut versierte Kadermitarbeiterin mit viel Elan.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen senden Sie an Frau S. Maier, Centralbahnplatz 14, 4002 Basel.

Haben Sie noch Fragen, dann rufen Sie uns an:
Telefon 061 271 22 10 58936/3131

CENTRALBAHNPLATZ 14, 4002 BASEL
CONTINENTAL LAUSANNE, EULER BASEL
ST. GOTTHARD ZÜRICH, DE LA PAIX GENÈVE

SEEHOTEL RESTAURANT
FRIEDHEIM
HERGISWIL
Tel. 041-954242
Propr. Kurt Buholzer
Dir. Walter Blaser

Für unseren renommierten Hotel- und Restaurationsbetrieb suchen wir

– auf Anfang Februar 1994 oder nach Übereinkunft junge/n, dynamische/n

Servicefachangestellte/n

mit A-la carte-sowie Bankett-Erfahrung
und

Jungkoch (m/w)

– auf zirka Mitte Januar 1994 für unser bestbekanntes Spezialitätenrestaurant.

Herr Blaser ist gerne bereit, Sie über Näheres zu informieren **(Tel. 041 95 42 42).**

P 60867/15547

DG
DOMINO GASTRO
Ihr Personal-Profi

Für einen renommierten Dienstleistungsbetrieb suchen wir im Tagesdienst einen

Kellner/Kellermeister
mit Serviceerfahrung und guten Weinkenntnissen. Diese Langzeitstelle ist eine Herausforderung für eine zuverlässige, verantwortliche und charakterlich starke Person.
Gesucht:

junger Geschäftsführerassistent
für ein nicht alltägliches Betriebssystem. Sie sind fachkundig, gästeorientiert und übernehmen gerne Verantwortung.
Weitere Infos bei
Herrn Hauff oder Herrn Eng
Telefon 01 432 73 73
Segnesstrasse 1, 8048 Zürich

P 60848/252930

Restaurant Seeli
8806 Bäch am Zürichsee

In unser gepflegtes Fischspezialitätenrestaurant suchen wir in ein junges Team per Januar/Februar 1994 eine gewandte

Servicefachangestellte

Gerne erwarten wir Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

Therese und Fredi Bloch
Telefon 01 784 03 07
Sonntag und Montag Ruhetag.

60803/374520

HOTEL
WEISSES KREUZ
MURTEN

In unserem renommierten ★★★-Betrieb am Murtensee sind noch folgende Lehrstellen frei:

KV-Lehrtochter
(gute Deutsch- und Französischkenntnisse erforderlich)

Servicelehre (2 Jahre)

Lehre als Hotelfachassistentin (2 Jahre)

Wir bieten:
– interessante Ausbildung durch qualifizierte Mitarbeiter
– interne Schulung
– modern eingerichtete Arbeitsplätze
– jugendlicher Teamgeist
– Schnupperlehre möglich.

Für eine erste Kontaktnahme wenden Sie sich schriftlich oder telefonisch an:

Hotel Weisses Kreuz, A. und D. Bischoff
Rathausgasse 31, 3280 Murten, Telefon 037 71 26 41

60822/26255

Hotel
SCHWEIZERHOF
Lucerne · Luzern

Wir suchen per sofort oder nach Übereinkunft einen

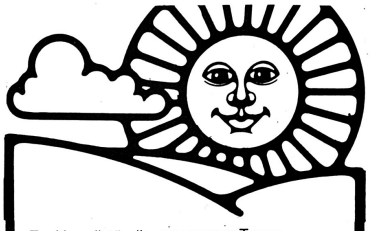
Concierge-Stv.

zur Ergänzung unseres Teams.

Für ausländische Interessenten ist der Ausweis B oder C erforderlich.
Unser Hotel verfügt über 220 Betten und ein beliebtes und lebhaftes Stadtrestaurant mit einem internationalen Angebot sowie über Banketträumlichkeiten für bis zu 500 Personen.
Interessiert Sie diese Stelle, dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Zeugniskopien an die Direktion, Hotel Schweizerhof, 6002 Luzern.
Für weitere Auskünfte steht Ihnen gerne Herr D. Thüer (Personalchef) zur Verfügung.

60813/23310

Schweizerhofquai 3, 6002 Luzern, Tel. 041 50 22 11



Zur Vervollständigung unseres Teams suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

Betriebsassistent/in
(zur Führung eines Teilbetriebes)

Servicefachangestellte
und

Commis de cuisine

Wenn Sie interessiert sind, in einem jungen, aufgestellten Team mitzuarbeiten, erwarten wir gerne Ihren Anruf.

Alles weitere erfahren Sie in einem persönlichen Vorstellungsgespräch in Bremgarten.

★★★★
Hotel Sonne

Telefon 057 31 12 40
Telefax 057 33 50 85
René Vouilloz oder
Urs Kohler

60054/218995

SEEHOTEL AL PORTO
Restaurant · Pizzeria · Trattoria
8853 Lachen am Zürichsee ✆ 055 - 63 23 51

Wir sind ein ★★★-Hotel in Lachen am Zürichsee mit 44 Betten, Seminar- und Banketträumlichkeiten, Gourmetrestaurant, Pizzeria, Trattoria und grosser Terrasse.
Für unsere anspruchsvollen Gäste, welche sich bei uns wohlfühlen möchten, suchen wir für die Saison von März bis November 1994 oder nach Vereinbarung folgende qualifizierte und motivierte Mitarbeiter:

Réceptionistin
(NCR 2852, Computerkenntnisse mit Winword)

Chef de partie
Commis de cuisine
Servicefachangestellte

Sollten Sie sich angesprochen fühlen und wollen Sie in einem jungen Team mitarbeiten, würden wir uns auf Ihre schriftliche oder telefonische Bewerbung freuen.

Bitte setzen Sie sich in Verbindung mit Herrn Bruno Odermatt oder Frau Jesse

Hotel Al Porto, 8853 Lachen
Telefon 055 63 23 51

60624/18015

ALREST
ALREST VERWALTUNGS AG

Wir sind ein erfolgreiches, expandierendes gastgewerbliches Unternehmen mit 16 Betrieben in der gesamten Deutschschweiz.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir eine jüngere (25 bis 30 Jahre), dynamische Persönlichkeit, die gewohnt ist, selbständig zu arbeiten.

Sie bearbeiten als Assistent der Geschäftsleitung den

F & B-Bereich

setzen Ideen in die Praxis um und sorgen für einen hohen Standard in unseren Betrieben.

Wenn Sie bereits Fronterfahrung haben, administrativ gewandt und gewohnt sind, Leute zu motivieren und zu führen, dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen inklusive Foto bitte an:

Alrest Verwaltungs AG
Roland Gubler
Thannerstrasse 30
4054 Basel

O 60786/191566

Hafen-Restaurant
Hotel garni
MÖVE
CH-3705 Faulensee
am Thunersee
Tel. (033) 54 68 66

Fam. H. Oberli-Steiner
Fam. R. Brechbühler-Rubi

Die Möve befindet sich in ländlicher Gegend am schönen Thunersee.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir für sofort oder nach Übereinkunft:

Commis de cuisine w/m

Arbeiten Sie gerne in einem lebhaften Betrieb am See?

Die Herren Oberli oder Brechbühler freuen sich auf Ihren Anruf für eine Besichtigung.

Telefon 033 54 68 66 60623/80640

Gasthof Bären Boll
Dienstag und Mittwoch geschlossen.

Zur Vervollständigung unseres Teams suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung

Koch
weiblich oder männlich
(eventuell Aushilfe)

Für nähere Auskünfte stehe ich Ihnen nach vorheriger telefonischer Vereinbarung gerne zur Verfügung.

Verlangen Sie bitte Ruedi Gygax,
Telefon 031 839 04 70 P 60648/66761

HOTEL-RESTAURANT
BAR
Chrueg
Küchenchef

Haben Sie Lust, Ihre kulinarischen Ideen und Ihre Fachkenntnisse zu verwirklichen und weiterzuentwickeln – haben Sie Freude, neue Speisekarten zusammenzustellen und Spezialitätenwochen zu lancieren? Mit guten kalkulatorischen Grundlagen organisieren Sie mit Freude den Einkauf und die Küche – Sie haben motivierte Mitarbeiter, weil Sie selber aufgestellt und begeistert sind.

Dann sind Sie unser neuer Küchenchef! Wir verlangen viel – bieten Ihnen aber die nötige Kompetenz dazu und die Möglichkeit, in einem jungen, interessierten Team Mitspieler zu werden. Rufen Sie uns an, oder senden Ihre schriftlichen Unterlagen an:

Hotel ***-Restaurant-Bar «Chrueg»
P. Mügeli, Seestrasse 3, 2563 Ipsach
Telefon 032 51 50 11

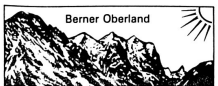
P 60864/47309

Fasnacht '94, Servierpersonal

Speziell für die Fasnacht haben wir junge Dänninnen, die gerne über diese Zeit hinaus in der Schweiz arbeiten möchten. Fordern Sie unverbindlich Informationen an. Auf Ihren Anruf freut sich

Elita Personalberatung, 8640 Rapperswil
Telefon 055 27 10 58, Fax 055 27 28 69
– Wir haben auch noch Personal für die anlaufende Wintersaison.

O 60800/366560



Berner Oberland

hotel Viktoria
CH-6086 Hasliberg
Reuti
Tel. 036 71 11 21
Fax 036 71 54 57

Ferien- und Schulungszentrum
der Evangelisch-methodistischen Kirche

Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung einsatzfreudigen

Hilfskoch/Casserolier

Unser Angebot:
Gute Arbeits- und Lohnbedingungen, 5-Tage-Woche, div. Aktivitäten.

Unsere Erwartungen:
Freudige Mitarbeit in unserem Team.

Interessiert? ja – Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung oder stehen zu weiteren Auskünften zur Verfügung
Telefon 036 71 11 21
(Herrn P. Siegfried verlangen).

60678/68276

Mit ADIA HOTEL in die Zukunft.

GOUVERNANTE
Für ein gediegenes Hotel im Raum Zürich suchen wir auf Anfang Jahr die Stellvertreterin der Generalgouvernante. Sie sind zwischen 23 und 26 Jahre jung, initiativ, lieben die Pflege von exklusiven Materialien und das tägliche Organisieren und haben Freude an der Mitarbeiterführung. Interessiert? Rufen Sie mich an.
Zürich, Frau Julen

SOUS-CHEF
Für diverse Restaurations-Hotelbetriebe in der ganzen Schweiz suchen wir junge, aufstrebende Sous-Chefs mit guten Produktekenntnissen, mit Kreativität und der Freude am feinen Kochen, am perfekten Organisieren und Motivieren. Suchen Sie eine berufliche Veränderung? Zögern Sie nicht, rufen Sie noch heute an.
Zürich, Frau Knauer

CHEF DE PARTIE
Wer die Wahl hat, hat die Qual: ob im Businesshotel in einer Schweizer Grossstadt oder in weltbekannten Kurorten von Zermatt über Gstaad nach St. Moritz. Für motivierte, qualifizierte Berufsleute haben wir immer die richtigen Stellen.
Zürich, Frau Knauer

JUNGKOCH
Für ein familiären Restaurationsbetrieb im Grenzgebiet von Solothurn und Aargau suchen wir den kreativen Jungkoch. Arbeiten Sie gerne selbständig, haben Sie ein Flair für die gutbürgerliche und marktgerechte Küche, sind Sie flexibel, dynamisch und einsatzfreudig? Hier können Sie Ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Interessiert? Melden Sie sich noch heute.
Bern, Herr Fahrni

KADERPOSITION
Sie besitzen eine abgeschlossene Berufslehre in der Hotellerie/Gastronomie und eventuell einen Hotelfachschulabschluss. Wir verfügen über langjährige, gute Kontakte zu vielen Hoteliers und Unternehmen und können so in der ganzen Schweiz jederzeit interessante Stellenangebote unterbreiten. Ob als Küchenchef, 1. Réceptionistin, Betriebsassistent oder Chef de service. Rufen Sie uns an. Diskretion ist zugesichert.
Zürich, Frau Caduff

WINTERSAISON
Noch ist es nicht zu spät. Für die unterschiedlichsten Betriebe in weltbekannten Schweizer Sportorten haben wir noch Saisonstellen in der der Küche und im Service zu vergeben. Qualifizierte Berufsleute aus Hotellerie und Gastronomie melden sich sofort bei
Zürich, Frau Caduff

JAHRESWECHSEL / STELLENWECHSEL
Suchen Sie 1994 eine anspruchsvolle Herausforderung, und planen Sie, im neuen Jahr einen Karrieresprung zu machen? Wir von Adia Hotel beraten Sie kompetent, denn wir arbeiten diskret und professionell in der ganzen Schweiz.
Zürich, Frau Julen

ADIA HOTEL
01/242 22 11

Personalberatung für Hotellerie und Gastronomie
Témporärstellen · Dauerstellen
Kaderstellen

8026 Zürich	Badener-Langstr. 11	01/242 22 11
9004 St. Gallen	Marktplatz 18	071/ 23 65 23
3000 Bern 7	Marktgasse 28	031/312 11 33
6003 Luzern	Pilatusstrasse 3a	041/ 23 08 28

HOTEL Elite GARNI
ZERMATT ***
Fam. P. Julen-Schnyder
Telefax (028) 67 57 93
Telephon (028) 67 31 74

COUNTRY BAR
mit Billard Tel. 028/67 15 80

Für unser familiäres ***Stern-Hotel suchen wir ab sofort oder nach Übereinkunft noch folgende Mitarbeiterin:

1 Frühstücks- und Réceptionshilfe

sprachenkundig D, E, F

Auf Ihren Anruf freuen sich:
Dir. M. und M. Grand-Julen
Telefon 028 67 31 74

60859/39020

BELLE EPOQUE
HOTEL BAR

Gerechtigkeitsgasse 18, CH-3011 Bern
Telefon 031 311 43 36, Telefax 031 311 39 36

Für unsere gediegene Jugendstil-Bar in der Altstadt von Bern suchen wir per sofort oder nach Übereinkunft eine

Bardame

Wir stellen uns eine Mitarbeiterin (CH oder C-Bewilligung) vor, die es versteht, mit ihrem Fachwissen unsere Gäste kompetent und selbständig zu bedienen.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an untenstehende Adresse. Für vorgängige telefonische Auskünfte stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Hotel Belle Epoque
S. Jaun, Geschäftsführerin

Hans Zurbrügg & Marianne Gauer
ZG Hotels

60532/4030

★ ★
★ ★
STEINMATTLI
HOTEL GARNI BISTRO

HOTEL
NEVADA PALACE

adelboden

RÉCEPTIONIST/IN
Mit Réceptionserfahrung und Freude an abwechslungsreicher Arbeit.

NIGHT-AUDITOR
sollte mit Zahlen nicht auf Kriegsfuss stehen.

NACHTPORTIER
mit guten Sprachkenntnissen.

ETAGEN- UND LINGERIE-MITARBEITERIN

Hotel Steinmattli, Direktion
3715 Adelboden
Telefon 033 73 39 39, Fax 033 73 38 39

60824/302040

DG
DOMINO GASTRO
Ihr Personal-Profi

wünscht Ihnen frohe Weihnachten und ein erfolgreiches 1994.

Wir suchen für Basel und Region

Betriebsleiter/in
für einen Betrieb der Systemgastronomie. Alter ab 28 Jahren.

Direktions-Sekretärin D, E, F
und eine
Personalassistentin D, E, F
Für beide Stellen erwünscht:
gute Praxis aus grösseren Hotel-Restaurations-Betrieben in gleicher Position, zirka 25 bis 30 Jahre alt.

Maître d'hôtel D, E, F
Anfangs-Chefin de service
Servicefachmitarbeiter/in
Küchenchef
Kenntnisse der mexikanischen/spanischen Küche und Mentalität erwünscht.
Chef de partie m/w
Jungkoch m/w
1. Etagen-Gouvernante
mit mehrjähriger Praxis und Führungserfahrung in obiger Position.
Réceptionistin D, E, F
Night-Auditor
mit mind. einjähriger Récept.-Praxis.
Frau Otterbach gibt Ihnen gerne weitere Infos, diskret und kostenlos.
Telefon 061 313 40 10
St.-Alban-Anlage 64, 4052 Basel

60853/309184

Ab Januar 1994 oder nach Vereinbarung suchen wir Dich als aufgestellte, attraktive

Bardame *(ab 25 Jahren)*
mit Eigeninitiative und Können.

Wenn Du auch kreativ im Team bist und vier bis fünf Tage arbeiten möchtest, dann ruf uns an unter ***Telefon 057 31 94 15,*** *ab 17.00 Uhr, Frau Haldina verlangen.*

WYDE BAR
BAR · BILLARD · GALERIE
WYDE-BAR · BREMGARTENSTR 31
8967 WIDEN · TEL 057-31 94 15

O 60802/199176

Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft

Koch (selbständig)

In einem lebhaften Betrieb im St. Galler Oberland erwartet Sie eine interessante Anstellung.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Dann rufen Sie uns bitte an.

Restaurant, Metzgerei
Schäfli Grabs

Telefon 081 771 25 28
Herr Albert Burkhardt

Dienstag nachmittag und Mittwoch Ruhetag

O 60799/199176

Hotel Restaurant Grill
eigene Konditorei

Zur Vervollständigung unseres jungen Teams suchen wir per 1. Januar 1994 oder nach Übereinkunft gelernte/n

Serviertochter oder
Kellner (CH/D/A/F)

in Saison- oder Jahresstelle.

Sollten Sie eine Bewilligung benötigen, kann diese besorgt werden.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf.

Familie B. Hunziker-Hauser

60669/211052

Walida
3806 Bönigen / Brienzersee
B. & U. Hunziker 036/22 62 55

Chemistafel Bühlberg Lenk
ds Berghuus mit Kultur dänk

An prächtiger Lage, auf 1650 m. ü. M, ensteht ein neues, spezielles Berghaus mit viel Ambiente.

Dieses umfasst
– eine grosse Sonnen- und Aussichtsterrasse,
– verschiedene Lokale, welche wahlweise bedient oder in Selbstbedienung betrieben werden können und viel Raum für innovative Anlässe bieten.

Die Zufahrt mit öffentlichen und privaten Verkehrsmitteln ist gewährleistet.

Auf Mai 1994 suchen wir den/die

Geschäftsführer/in

Für diese anspruchsvolle Aufgabe erwarten wir:
– eine gründliche Fachausbildung mit Fähigkeitsausweis und Erfahrung in ähnlicher Position,
– eine kreative Persönlichkeit mit Initiative und ausgeprägtem Teamgeist,
– unternehmerische Fähigkeiten.

Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung.

Andreas Dubler, Anshelmstrasse 2, Postfach 143, 3000 Bern 6, Telefon 031 352 12 01.

Schweizer Hotelier-Verein

60833/288357

Brasserie Bärengraben Bern
sucht spätestens auf 1. Februar '94

Küchenchef-Stellvertreter
mit feu sacré.

Aufstiegsmöglichkeit vorhanden, sowie

aufgestellten Jungkoch

Bei Interesse bewerben Sie sich bitte bei:
Hans Kunze, Brasserie Bärengraben, Muristalden 1, 3006 Bern
Telefon 031 331 42 18

P 60862/185396

Wir suchen für Sommersaison 1994, April bis Oktober:

Réceptionisten/-innen
Commis de bar

Sprachkenntnisse in E, D und F erwünscht.

Bitte melden Sie sich an Chiffre 60784, hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60784/21695

Sind Sie Nichtraucherin?

Fahren Sie gerne Ski?

Wenn ja, dann sind Sie die

Mitarbeiterin

welche wir für unseren Kleinbetrieb suchen. Anfängerin wird gerne angelernt.
Kost und Logis im Haus möglich.

Selbstbedienungs-Restaurant
«GISWILERSTOCK»
6076 Mörlialp ob Giswil OW
Telefon und Fax 041 68 18 15

60865/281360

Gastfreundschaft ist eine grosse Herausforderung. Für unser gutbürgerliches Altstadt-Restaurant suchen wir eine/n

Geschäftsführer/in

Qualität und Frische der bernischen Küche sind selbstverständlich, freundschaftlicher Empfang und gastliche Ambiance sind von grosser Wichtigkeit.
Wenn Ihnen dies zusagt und Sie Ihren Beruf lieben, nehmen Sie die Herausforderung an und melden sich unter Chiffre 1-42935 an Berner Zeitung, Postfach, 3001 Bern.

B 60861/185396

***Hotel am Lago di Lugano** sucht per Februar bis März 1994 in Jahresstelle in kleinere Brigade

Küchenchef

der seinem Team motivierend vorsteht – kreativ und kalkulationssicher ist und gutfundierte Berufskenntnisse hat.

Offerten mit den üblichen Unterlagen sowie Foto sind zu richten an:

Chiffre 60836, hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60836/327468

MARCHÉ DE L'EMPLOI

E&G Hotels

Simple & accueillant

Nous cherchons pour la saison d'hiver jusqu' à Pâques 1994

sommelière / assistante d'hôtel

Appelez ou faites vos offres à Madame Sambale!

HOTEL DE COMMUNE
Frieder et Ursula Sambale
CH-1838 Rougemont
Téléphone (029) 4 81 42
Téléfax (029) 4 86 58
Téléphone privé (029) 4 80 96

60778/183822

BUFFET CFF YVERDON-LES-BAINS
Buffet CFF
1400 Yverdon-les-Bains
Tél. 024 21 49 95
Fax 024 21 18 48

Engage pour date à convenir

chef de service – assistant de direction

Ce poste conviendrait à une personne ayant de bonne formation, dynamique, âgée de 25 à 40 ans.

Notre établissement est entièrement rénové. 600 places au total avec 4 salles pour banquets.

Faire offres par écrit avec curriculum vitae, copie de certificats, photo et prétentions de salaire.

60701/38563

Votre avenir nous passionne

Nous cherchons pour la région de Vevey, une

Réceptionniste d'hôtel

– **Fr., all., angl.**
– Ecole hôtelière ou formation SSH
– Agée de 25 à 35 ans
– Parfaitement à l'aise dans les contacts et disponible
– Polyvalente et apte à diriger une petite équipe
– Connaissant le Fidelio et les logiciels Windows et Excel.

En cas d'intérêt, merci de contacter Chantal Détraz.

60840/374660

OK PERSONNEL SERVICE
Placement fixe et temporaire
Votre futur emploi sur VIDEOTEX # OK #
Rue du Simplon 23 • 1800 Vevey • 021/922 53 63

---

touristik hotel+ revue

A la fin de cette année et au début de l'année 1994, l'hôtel revue + touristique paraîtra aux dates suivantes:

Jeudi 23 déc. 1993: numéro double 51/52
(délai d'envoi des annonces pour le marché de l'emploi: vendredi 17 décembre 1993, 17 heures)

Jeudi 30 déc. 1993: le journal ne paraîtra pas la dernière semaine de l'année 1993

Jeudi 6 janv. 1994: numéro 1/94
(délai d'envoi des annonces pour le marché de l'emploi: jeudi 30 décembre 1993, 17 heures).

Placement accéléré du SSH

Le bureau de placement accéléré est un service de la Société suisse des hôteliers. Les hôteliers et restaurateurs intéressés peuvent recevoir moyennant une taxe d'abonnement un choix de talons de demandes d'emploi de demandeurs qui ont participé à notre opération «petites annonces gratuites pour demandeurs d'emplois dans l'hôtellerie».Profitez donc, en tant qu'abonné, de ce service de placement simple et avantageux!

Demande d'emploi

1	2	3	4	5	6	7	8
Küche/cuisine							
1463	Küchenchef	30	CH		Febr. 94	D	Inner-CH
1464	Küchenchef	31	CH		Mai 94	D/E/I	4*–5*-Hotel, GR
1465	Küchenchef	38	CH		n. Ver.	D/E	Deutsch-CH
1466	Küchenchef	52	CH		Jan. 94	D/F/I	Diät-Erfahrung, ZH + Umgeb.
1467	Küchenchef	30	D	B	Mai 94	D/E	GR/BE
1468	Küchenchef	39	CH		Mai 94	D/F/I	Mittelland
1469	Sous-chef	26	D	A	Jan. 94	D	Deutsch-CH
1470	Bäcker	21	D	A	Apr. 94	D	
1471	Hilfskoch	24	I	A	Jan. 94	I/E	GR
1472	Commis de cuisine	21	CH		Jan. 94	D/E/F	4*–5*-Hotel, St. Moritz/Gstaad
Service/service							
2556	Sefa	26	DK	A	Febr. 94	D/E	West-CH
2557	Chef de rang/Bar	28	I	A	Dez. 93	I/E/F	Engadin
2558	Saalsefa	22	CH		Jan. 94	D/F/E	TI/West-CH/BE-Oberland
2559	Sefa	26	D	C	Febr. 94	D/E	LU
2560	Chef de rang	39	I	A	sofort	I/F/E	Hotel/Rest.
2561	Maître d'hôtel	47	I	C	sofort	D/F/E	Hotel, GR/BE-Oberland
2562	Maître d'hôtel	34	F	A	sofort	D/F/E	3*-Hotel, Skigebiet
2563	Chef de bar	32	D	A	n. Ver.	F/I/E	Hotel, TI/GR
2564	Chef de service	29	I	A	sofort	I/E/D	5*-Hotel, TI
2565	Chef de rang	24	I	A	sofort	D/F/E	
2566	Sefa	23	CH		Febr. 94	D/F/E	GR
2567	Barman	26	A	A	sofort	D/E	
2568	Kellner	26	D	A	Dez. 94	D/E/F	Skigebiet
2569	Barman/Kellner	23	F	L	Jan. 94	F/E	West-CH
2570	Seaf	27	CH		sofort	D/F/E	BS
2571	Sefa	24	A	A	Jan. 94	D/E/F	AG/ZH/BL
2572	Chef de service	44	I	C	sofort	D/F/I	BE
2573	Chef de service	50	P	C	sofort	F/D/E	VD
2574	Commis de rang	24	P	A	März 94	F/I/E	West-CH/LU/TI
2575	Sefa	26	E	B	Febr. 94	D/I	Thun-Interlaken
Administration/administration							
3495	Geschäftsführerass.	27	CH		Febr. 94	D/F/E	SO/BE/AG
3496	Anfangsrécept./w.	21	CH		Jan. 94	D/F/E	Stadtbetrieb
3497	Réceptionistin	23	D	A	März 94	D/E/F	Deutsch-CH
3498	Réceptionsprakt.	23	CH		Jan. 94	D/E/F	West-CH
3500	Réceptionistin	23	D	A	Dez. 93	D/F	Skiregion
3501	Anfangsrécept./w.	19	CH		sofort	D/E/F	BE/VS/West-CH
3502	Aide du patron	31	F	B	sofort	D/F/E	ZG/LU/ZH
3503	Betriebsass.	33	CH		sofort	D/E	BE + Umgeb.
3504	Anfangsrécept./w.	22	CH		sofort	D/F/E	Ost-CH
3505	Réceptionistin	25	CH		sofort	D/F/E	VS/VD
3506	Hotelsekretärin	29	CH		sofort	D/F/E	Skigebiet
3507	Anfangsrécept./w.	29	CH		Jan. 94	D/F/E	Skigebiet
3508	Anfangsrécept./w.	19	CH		Juli 94	D/F/E	GR
3509	Anfangsrécept./w.	36	CH		sofort	D/F/E	Hotel, GR/VS
3510	Betriebsass./ Gesch. führerass.	24	CH		Jan. 94	D/E/F	mittelgross, Zürich + Umgeb.
3511	F&B/Adm. Prakt./w.	27	CH		sofort	D/F/E	4*–5*-Hotel
3512	Geschäftsführer	30	I	B	Mai 94	D/I/F	Rest./Bar, Engadin
Hauswirtschaft/ménage							
4705	Gouvernante	26	CH		sofort	D/F/E	
4706	Portier	46	I	A	März 94	F/I	West-CH
4707	Zimmermädchen	19	P.	L	März 94	E/I	
4708	Haushilfe/w.	49	P	C	Jan. 94	I	BE
4709	Hofa	21	CH		Juni 94	D	Kleinbetrieb, ZH-Oberland

1 Referenznummer – Numéro des candidats
2 Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)
3 Alter – Age
4 Nationalität – Nationalité
5 Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers
6 Eintrittsdatum – Date d'entrée
7 Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques
8 Art des Betriebes/Arbeitsort (Wunsch) – Type d'établissement/région préférée (souhait)

Werden Sie Abonnent der Express-Stellenvermittlung

Gegen eine Abonnementsgebühr von Fr. 285.– pro Halbjahr oder 500.– pro Jahr können Sie eine unbeschränkte Anzahl von Bewerbungstalons anfordern. Erfolgshonorare oder andere Spesen entfallen. Die eingehenden Talons werden exklusiv an Abonnenten weitergeleitet. Einzelanfragen können nicht berücksichtigt werden.

Abonnez-vous au Service de placement accéléré

Por le prix d'abonnement de frs. 285.– par semestre ou frs. 500.– par année, vous avez la possibilité de choisir parmi un nombre illimité de talons de demandes d'emploi, sans autres frais tels qu'honoraires ou indemnités. Les annonces que nous recevons ne sont transmises qu'aux abonnés; il ne peut être tenu compte de demandes isolées.

Telefon: 031 370 42 79
(8 bis 12 Uhr sowie 13.30 bis 16 Uhr)
Telefax: 031 370 43 34

Petites annonces gratuites pour les demandeurs d'emploi dans l'hôtellerie

Lorsque vous avez rempli le talon de la demande d'emploi, votre annonce paraît gratuitement dans «l'hôtel +touristik revue» sous la rubrique «Demande d'emploi». Parallèlement nous transmettons votre offre à divers hôteliers et restaurateurs intéressés. Vous recevrez ainsi plusieurs réponses de divers établissements. Veuillez nous informer aussi rapidement que possible, lorsque vous aurez trouvé le poste qui vous convient. Nous vous remercions et vous souhaitons bonne chance!

Talon de demande d'emploi: (A remplir en lettres majuscules, s.v.p.)

Photo

Je suis à la recherche d'un emploi de: Date d'entrée:

Nom: Prénom:

Rue : No. postal/Ville:

Né(e) le: Nationalité:

No. téléphone privé: No. téléphone professionnel:

Langue maternelle: Permis de travail:

Type d'établissement souhaité: Région:

Remarques:

Connaissances linguistiques:
Allemand: Français: Italien: Anglais:
(1= bonnes, 2 = moyennes, 3 = faibles)

Mes trois derniers emplois ont été:
Etablissement: Lieu: Fonction: Durée:
1.
2.
3.

Le soussigné certifie l'authenticité de ces informations. Date: Signature:

60583/94735

Coupon à détacher et à retourner (pas par fax, s.v.p.) rempli de façon lisible, à:
Société suisse des hôteliers, Placement accéléré, Case postale, 3001 Berne (On n'a pas besoin de certificats!)

Hôtel**** EDEN au LAC Montreux

Hotel Eden au Lac**

105 chambres – centre de séminaire

Nous cherchons dès mars 1994 une

secrétaire réceptionniste

avec expérience et connaissant Fidelio.

Nous vous offrons un emploi diversifié dans une équipe jeune et dynamique.

Nous attendons vos offres adressées au

Hotel Eden au Lac
Bureau du personnel
1820 Montreux
Téléphone 021 963 55 51, int. 621

60872/25305

cdm HOTELS & RESTAURANTS

Le Château de Bonmont à Chéserex/Nyon cherche pour sa réouverture début **mars 1994:**

– Aide du patron (poste à responsabilité)
– Attaché de direction
– Chef de cuisine
– Sous-chef
– Chef de partie
– Cuisiniers
– Chefs de rang H/F

Les personnes ayant un permis valable sont priées de nous faire parvenir leur offre avec CV à l'attention de

M. P. Paris
Château de Bonmont
1261 Chéserex

P 60794/340960

Nous cherchons pour **l'Hôtel La Porte d'Octodure** **** à Martigny
et le restaurant **Les Iles** à Sion
pour le printemps 1994 ou à convenir

assistant maître d'hôtel
commis de cuisine
chefs de rang

Nous offrons une ambiance de travail sympathique, au sein d'une entreprise moderne de haut niveau.

Offres avec curriculum vitae, copies de certificats et photo à

Fritz Langenegger, directeur
Hôtel La Porte d'Octodure
1921 Martigny-Croix

60828/177210

CSF

La Commission suisse de formation professionnelle pour les hôtels et les restaurants de Suisse, reprend différents projets de formation de base et de perfectionnement pour ses associations affiliées (Société suisse des hôteliers, Union helvetia).

Pour un nouveau projet suisse de formation, nous recherchons un

Chef de projet (H/F)

pour la Suisse romande.

Nous demandons
– Diplôme d'une école hôtelière, ou large expérience professionnelle dans l'hôtellerie et la restauration
– Expérience dans la gestion et la formation d'adultes
– Très bonnes connaissances de l'allemand.

Nous offrons
– Travail créatif et varié, au sein d'une équipe dynamique
– Activité à temps partiel
– Large autonomie.

Veuillez envoyer vos dossiers de service au

Bureau romand de formation professionnelle FSCRH, M. Pierre Stämpfli, Av. Général Guisan 42a, 1009 Pully, Tél. 021 729 88 24

P 60787/231509

Pizza Hut.

Premier groupe mondial de pizzerias

avec plus de 10 000 restaurants, répartis dans 65 pays recherche pour ses restaurants de:

Lausanne, Sion, Berne

ASSISTANTS MANAGERS

date d'engagement à convenir.

Nous demandons:
- permis de travail valable
- expérience
- français/allemand
- disposition à effectuer nombreux déplacements
- capacité de gestion et motivation d'une équipe de 30 à 35 personnes

Nous offrons:
- salaire avec primes
- une formation complète de gestion avec un certificat valable pour le monde entier
- les prestations d'une grande chaîne
- un travail varié
- une ambiance sympathique

Envoyer curriculum vitae à:

PIZZA HUT ADMINISTRATION
32, rue de Berne
1202 Genève - Mme Arnaiz
Tél. 022 738 13 57

P 60793/311324

Hotel Penta Genève

308 chambres
maillon d'une chaîne internationale

Attachée commerciale

chargée de prospecter sur la place de Genève.

Profil recherché:
- Diplômée d'une école hôtelière
- expérience de la réception
- connaissance des langues anglaise et allemande.

Nous offrons:
- une situation stable
- un travail varié dans un cadre moderne, agréable et dynamique, possibilité de promotion.

Hotel Penta
Case postale 22
1216 Cointrin

60579/13005

INTERNATIONALER STELLENMARKT

VENICE SIMPLON ORIENT-EXPRESS

A l'occasion de l'évènement gastronomique **Orient-Express** organisé par l'**Hôtel Radisson-Mövenpick** à Lausanne Ouchy, jusqu'au 10 janvier '94 le chef des cuisines de l'Orient-Express reçoit les candidats désireux de travailler à bord de nos prestigieuses Voitures-Restaurant

CHEFS DE PARTIE 1ER COMMIS

Les candidats doivent être expérimentés et parler français.

La saison va de mars à novembre 1994
La prise de service se fait à **Venise** (Italie)
Le voyage inclut les destinations suivantes:
Paris, Düsseldorf, Zürich, Innsbruck, Verona, Venise.

Veuillez envoyer C.V. et photo récents à: M. C. Bodiguel, c/o **Hôtel Radisson-Mövenpick**, 4 avenue de Rhodanie, CH-1006 Lausanne.

60753/181498

HOTELPRO SERVICES SA

HÔTELLERIE TOURISME

37 A, rue de Lausanne - 1201 Genève - Tél. 022 738 35 80

cherchons pour des établissements de qualité de suite ou à convenir:

- **JEUNE DIRECTEUR RESTAURANT D'ENTREPRISE** FORMATION F&B, FRANÇAIS ET ANGLAIS
- **DIRECTEUR GRANDE BRASSERIE-PIZZERIA** CONFIRMÉ, CERTIFICAT DE CAPACITÉ GENÈVE; ITALIEN, FRANÇAIS ET ANGLAIS
- **ASSISTANT/E CHEF DE RÉCEPTION HÔTEL 5★** FORMATION HÔTELIÈRE, FRANÇAIS, ANGLAIS
- **ATTACHÉE COMMERCIALE GRAND HÔTEL** CONFIRMÉE, FRANÇAIS, ANGLAIS ET ALLEMAND
- **SECRÉTAIRE SALES/F&B HÔTEL 5★** JEUNE, FRANÇAIS, ANGLAIS ET ALLEMAND
- **JEUNE MAÎTRE D'HÔTEL BANQUETS** GRANDE CAPACITÉ, FRANÇAIS ET ANGLAIS
- **CHEF STEWARD HÔTEL 5★** AVEC EXPÉRIENCE BRIGADE MOYENNE
- **CHEF DE PARTIE SAUCIER GRAND HÔTEL** CAP/CFC AVEC EXPÉRIENCE SAUCIER
- **JEUNE CHEF DE PARTIE TOURNANT COLLECTIVITÉ** CAP/CFC HORAIRE CONTINUE DE JOUR
- **CHEF DE RANG/ROOM-SERVICE HÔTEL 4★** CAP/CFC ET EXPÉRIENCE SERVICE HÔTEL
- **TÉLÉPHONISTE (F) HÔTEL 5★** BONNE PRÉSENTATION, FRANÇAIS, ANGLAIS ET ALLEMAND
- **CUISINIER TEMPORAIRE COLLECTIVITÉ** CAP/CFC CONFIRMÉ CUISINE TRADITIONNELLE

Si vous êtes qualifié(e) pour l'un de ces postes, vous êtes Suisse ou avec permis valable, écrivez ou téléphonez pour rendez-vous:

60863/287130

37 A, rue de Lausanne - 1201 Genève
Tél. 022 738 35 80 - Fax 022 738 35 88 - Natel C 077 25 34 43

HÔTEL CARLTON GENÈVE

Nous cherchons de suite ou pour date à convenir un(e)

réceptionniste

sachant le français, l'allemand et l'anglais, si possible ayant de l'intérêt pour l'informatique; Suisse ou avec permis de travail valable, ayant quelques années d'expérience dans la branche.
Nous vous proposons un travail intéressant et varié.

Veuillez faire parvenir votre dossier avec curriculum vitae à
HÔTEL CARLTON, case postale 228, 1211 Genève 21.

55173/12149

Hôtel Mirabeau LAUSANNE

★★★★SSH
100 lits – Restaurant – Bar – Salons – Jardin

cherche pour tout de suite ou date à convenir

– sommelier
– sommelière
– commis de cuisine tournant
– secrétaire de réception

Veuillez prendre contact avec la direction ou adresser vos offres par écrit.

Lausanne, 31, av. de la Gare,
Tél. 021 320 62 31

60782/18848

Hotel Europe *****
Hotel Dunloe Castle *****
Hotel Ard-Na-Sidhe ****

Englisch lernen in Irland

Wir sind eine Hotelgruppe mit drei renommierten Luxushäusern im Südwesten Irlands. Für die kommende Sommersaison (April–Oktober) suchen wir folgende Mitarbeiter:

Küchen:
Chef de cuisine für Hotel Dunloe Castle
Chefs de partie
Chef pâtissier – Konditor/in
Alleinkoch/-köchin für Hotel Ard-Na-Sidhe
Commis de cuisine

Restaurants:
Restaurantfachleute mit Erfahrung im gehobenen A-la-carte-Betrieb
(Chefs de rang, Demi-chefs, Commis)

Management:
Junior assistant managers
für die Bereiche Restaurants, Front Office, Housekeeping.

Kandidaten/Kandidatinnen aus EG-Ländern mit erstklassiger Berufsausbildung und Erfahrung in der gehobenen Hotellerie und Gastronomie bieten wir die Möglichkeit zu fundierter Weiterentwicklung und zum Einstieg in die internationale Hotellerie.

Senden Sie Ihre Bewerbung bis zum 10. Januar 1994 an:

Frau Ruth Grosjean,
General Manager, Killarney Hotels Ltd.
Killarney Co. Kerry, Ireland,

Telefon Irland 064 31900, Fax 064 32118 oder
Telefon Schweiz 061 421 89 55 (vom 3.–10. Januar '94)

60847/86231

INTERNATIONALER STELLENMARKT

CARRIERE'93

Hotel la Perla ★★★★ 6982 Agno-Lugano

L'Hôtel la Perla est un complexe hôtelier et un centre de congrès de première classe, situé près de l'aéroport de Lugano.

Pour notre brigade de cuisine avec service à la carte et banquets nous cherchons à partir de **Janvier 1994** ou date à convenir un

chef de cuisine

Si vous êtes créatif et ambitieux, disposez d'une expérience analogue de plusieurs années dans des établissements 4 étoiles, aimez et connaissez à fond la cuisine italienne et française, nous pouvons vous offrir un poste annuel à responsabilité, où vous pourrez démontrer votre initiative et créer votre image.

Veuillez nous adresser votre candidature par écrit, avec curriculum vitae et certificats à:

HOTEL LA PERLA
William L. Mayer
6982 AGNO

60857/485

BEST WESTERN . SWISS HOTELS

AvB

Hoteldirektor

für neue Luxushotelanlage in Südeuropa

Sie sind der Top-Hotelier mit mehrjähriger Berufspraxis in der internationalen, gehobenen Freizeithotellerie. Führungsstarker Motor, Praktiker – im Pre-opening Management ebenso wie in der Leitung eines hochkarätigen Hotels. Ihre fachliche Stärke liegt im Bereich F&B. Sie bringen Führungserfahrung und Berufspraxis aus dem deutschsprachigen Markt mit. Verfügen neben fliessendem Deutsch auch über Sprachkenntnisse aus südeuropäischen Ländern (Spanien, Portugal, Italien). Reizt es Sie, ein faszinierendes touristisches Projekt eigenverantwortlich zu führen? Dann ist dies «Ihre» Aufgabe.

Zu unserem Konzern gehören mehrere Unternehmen der Hotellerie und Touristik. Die neue Hotelanlage in Südeuropa ist seit kurzem eröffnet und gilt schon jetzt als touristische Perle des Landes. Diesen Erfolg möchten wir mit Ihnen langfristig ausbauen.

Bitte senden Sie Ihre **schriftliche** Bewerbung an unsere Personalberater.

Wegen der Feiertage ist das Büro vom 23. 12. 1993 bis 3. 1. 1994 nicht erreichbar.

AVB

Personalberatung
Salzkärrner Weg 6
D-63619 Bad Orb

V 60855/156078

STELLENGESUCHE • DEMANDES D'EMPLOI

Geschäftsführerin

Junge Gastronomie-Fachfrau mit Wirtepatent möchte ihr Fachwissen, ihren Einsatz und ihre Persönlichkeit einer Gesellschaft, Firma oder Familie zur Verfügung stellen, um Ihr Lokal als leidenschaftliche Gastgeberin zum Erfolg zu führen.

Angebote unter Chiffre 60870, hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60870/374717

Aufgestellte, flexible und kontaktfreudige Schweizerin (42) hätte Zeit, jeweils am

Wochenende

in Arosa

(Fr./Sa./So.) für Sie zu arbeiten. Interesse an Gastgewerbe, Hotel-Réception, Verkauf o.ä.

Ich biete Kenntnisse in Administration (Arztgehilfin), gute Allgemeinbildung, gepflegte, attraktive Erscheinung und die Bereitschaft, mich in eine neue Aufgabe einzuarbeiten.

Sprachen: D, E, I.

Anfragen erbeten unter Tel. 01 915 04 22.

P 60788/44300

Junges Geschäftsführerpaar (CH, 32/34)

sucht in der Hotellerie oder Gastronomie ab Februar 1994 oder nach Übereinkunft neuen, interessanten und anspruchsvollen Wirkungskreis.

(Gérance oder Pacht)

Wir haben nebst fundierten Fachkenntnissen und mehrjähriger Erfahrung in Direktionsstellen vieles zu bieten.

Sprachen: D, E, F, I, Sp.

Ihre Angebote erreichen uns unter Chiffre 60823 bei der hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60823/369195

25jährige Tessinerin sucht Stelle als

Hilfsgouvernante

oder an Buffet-Bar in der deutschen Schweiz. Abschluss als Hofa. Deutsch- und Französischkenntnisse.

Wochenende frei. Offerten an Chiffre M 279-3481, an ofa Orell Füssli Pubblicità SA, cassella postale, 6501 Bellinzona.

O 60845/199176

Geschäftsführerehepaar

Er, Küchenchef mit Fähigkeitsausweis, 50 Jahre;

Sie, Chef de service, 40 Jahre, suchen neuen Wirkungskreis nach Vereinbarung.

Offerten unter Chiffre 60662, hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60662/353078

Koch, 21j., mit abgeschlossener Wirteprüfung, sucht eine Jahresstelle in einem Spezialitätenrestaurant.

Raum Westschweiz bevorzugt.

Offerten unter Chiffre 60868, hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60868/371297

20jährige Schweizerin sucht Stelle als

Réceptionspraktikantin

Eintritt ab März 1994

Sprachen D, F, E

Angebote an:
Caroline Lehmann
Restaurant zur unteren Säge
4803 Vordemwald
Telefon 062 51 61 18

60808/374571

ALLROUNDER

Sucht Stelle für Wintersaison.

Erfahren als:

Flugdisponent - Sanitäter - Ambulanzdienst - Car Rental - Bademeister - Therapeut

CH-46/D, I, E, F, SP.

Telefon 093 32 35 40

60807/374547

Sommersaisonstelle gesucht!

Aufgestellte, 25jährige Schweizerin sucht eine neue Herausforderung im sonnigen Tessin, im Bereich

Réception, Telefonistin, Tournante

Sprachen: D, I, F, E.

Gerne erwarte ich Ihre Zuschriften unter Chiffre 60397, hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60397/373575

Noch 22 Jahre bis zu meiner Pensionierung. . . !

Suchen Sie einen integren, sprachgewandten Gastro-Profi als

Betriebsleiter mit FA?

Schätzen Sie sorgfältige und speditive Arbeit und ein freundliches, ruhiges Wesen?

Honorieren Sie persönlichen Einsatz und Belastbarkeit dementsprechend?

Näheres erfahren Sie unter Chiffre 60744, hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60744/374385

Erfahrener

Koch

(30/CH) sucht Stelle mit Verantwortung. Eintritt Frühling 1994 oder nach Vereinbarung.

Region Innerschweiz, Luzern.

Angebote sind erbeten unter Chiffre 60814 an hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60814/320587

Eidg. dipl. Hotelfachmann HF SHL, CH, 30j. sucht neue Herausforderung in den Bereichen **Finanz- und Rechnungswesen, Treuhand oder Gastroberatung.**

Region Aargau–Solothurn–Bern.

Eintritt nach Vereinbarung.

Angebote bitte unter Chiffre 60780, hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60780/293520

28jähriger, initiativer **Belvoir-Absolvent** (Kurs 1989/90), D/E/F, mit Führungserfahrung und Auslandaufenthalt (1½ Jahre USA) **sucht** per sofort oder nach Übereinkunft **Stelle** als

F&B-Verantwortlicher/ Direktionsassistent/ Betriebsassistent/Bankettleiter

in der Deutschschweiz (auch Jahresstelle in Skigebiet).

Angebote sind erbeten unter Chiffre 60805 an hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60805/374580

Aufgestellte, 19jährige kaufmännische Angestellte sucht auf Anfang 1994 oder nach Vereinbarung

Praktikum

in einem Hotelbetrieb.

Sprachen: D, E, F, Y, EDV-Kenntnisse.

Ich freue mich auf Ihre Zuschrift oder Ihren Anruf.

Dunja Welker, Hofwiesenstrasse 13, 8305 Dietlikon,
Tel. 01 833 05 58, Fax 01 833 05 18.

60812/197467

Sekretärin mit 15jähriger Erfahrung **sucht Stelle** als

Hotelsekretärin oder Gouvernante

Sprachen: F, E, D, N, P.

Angebote unter Chiffre 60438 an hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60438/373729

Le massage est un art.

Pour votre clientèle de prestige, hôtels★★★★★, instituts haut de gamme

excellente masseuse

(parlant anglais)

Engagement à la semaine, saison.
Deplacements internationaux.
Grande disponibilité.

Marie Renaud: 0033 50 55 96 15.

60834/374652

Jeune femme avec Grande Patente et expérience dans hôtellerie-restauration, **cherche place ou collaboration.**

Ecrire sous chiffre 60820, hôtel revue + revue touristique, 3001 Berne.

60820/374636

25jähriger, gelernter Koch und dipl. Hotelier/Restaurateur sucht Stelle als

Geschäftsführerassistent/ Betriebsassistent

per 10. Januar 1994 oder nach Vereinbarung.

Raum Stadt Zürich oder Zürcher Oberland.

Angebote unter Chiffre 60804 an hotel + touristik revue, 3001 Bern.

60804/374563

Jeune couple, hollandais+française, avec 5 ans d'expérience dans l'hôtellerie cherche à se placer en Suisse, hiver 1993/94, ev. plus longtemps. Lui à la

réception

parle plusieurs langues, elle dans le

service

Peter Vleugels, Impasse Lapacca 7, F-65100 Lourdes/France,
Tel: 0033/62 94 13 25.
Contacte à Bâle, R. Walther, 061 272 86 84

P 60844/44300

Jeune cuisinier avec CFC

cherche place

pour début janvier 1994.
Région Suisse romande.
Tél. 038 51 59 04 le matin

P 60792/44300

Wie wäre es mit einer kulinarischen Abwechslung in Ihrem Gastronomiebetrieb?

Als Tibeter verwöhnen wir Ihre Gäste mit unseren einheimischen Gerichten. Wochenweise stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Gerne unterbreiten wir Ihnen eine unverbindliche Offerte.

Auf Ihren Anruf freut sich Frau Tersey,
Telefon 055 38 12 18.

60806/374555

Barman

erfahrener ital. Barman mit C-Bewilligung sucht Stelle im Raume Zürich und Umgebung. Sprachen D, F, I, E.

Telefon 055 28 68 01

60850/197955

Stellensuche leichter gemacht

Gestalten Sie Ihr Stelleninserat mittels dieser Vorlage (pro Textfeld ein Buchstabe oder Satzzeichen, Zwischenräume leerlassen). Sie sehen dann gleich, wie wenig Ihre Anzeige in der hotel + touristik revue kostet.

Anzeigentext:

1.		
2.		20 Fr. (2 Zeilen)
3.		
4.		40 Fr. (4 Zeilen)
5.		
6.		60 Fr. (6 Zeilen)
7.		
8.		80 Fr. (8 Zeilen)
9.		
10.		100 Fr. (10 Zeilen)
11.		
12.		120 Fr. (12 Zeilen)
13.		
14.		140 Fr. (14 Zeilen)

Dieses Inserat soll ❑ 1mal ❑ 2mal ❑ 3mal erscheinen.

Chiffreanzeige ❑ ja ❑ nein

(Zusatzkosten: plus 3 Zeilen und 10 Fr. Chiffregebühr)

Ausschneiden, ausfüllen und einsenden an:
hotel + touristik revue, Verlag, Postfach, 3001 Bern

Name: Vorname:

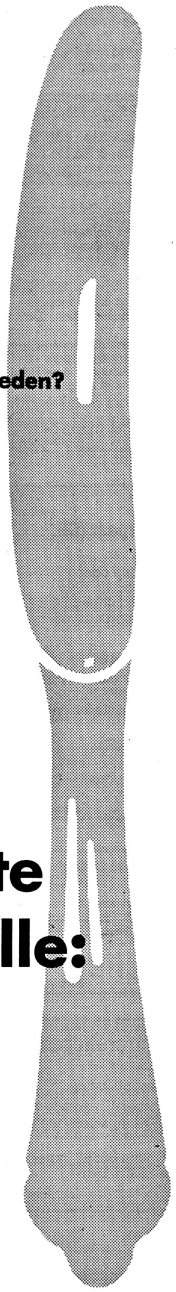
Adresse: PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

An alle Berufsleute aus dem Gastgewerbe

Sind Sie...

auf der Suche nach einer guten Stelle im Gastgewerbe?



Möchten Sie...

einmal ganz unverbindlich mit erfahrenen Fachleuten über Ihre Karrierepläne im Gastgewerbe reden?

Wüssten Sie gern...

wie man Chancen und Talente im Gastgewerbe besser nutzen kann?

Dafür gibt es eine spezialisierte Beratungs- und Vermittlungsstelle:

HOTEL *job* SHV
PERSONALBERATUNG

HOTEL JOB SHV mit Büros in Bern und Lausanne ist eine erfolgreiche und vielgenutzte Dienstleistung des Schweizer Hotelier-Vereins.

Der kostenlose Beratungs- und Stellenvermittlungs-Service für feste Stellen, Express-Vermittlung und Temporäreinsätze wird Angestellten kostenlos angeboten.

Jede Bewerbung wird an verschiedene Betriebe geschickt. Wer also frühzeitig sucht, hat die grössere Chance, mehrere Angebote zu erhalten und kann dadurch sorgfältiger planen.

Nutzen Sie diesen professionellen Service des SHV. Denn mit HOTEL JOB SHV kostet Sie eine gute Stelle höchstens eine Briefmarke.

Verlangen Sie weitere Unterlagen per Fax, Telefon oder Post.

HOTEL JOB SHV
Monbijoustrasse 130
Postfach, CH-3001 Bern
Tel. 031 370 43 33
Fax 031 370 43 34

HOTEL JOB SSH
Rue des Terreaux 10
Case postale, CH-Lausanne 9
Tel. 021 320 28 76
Fax 021 320 02 64

Bitte senden Sie mir das Bewerbungsformular für

☐ Kaderstellen und Führungskräfte
☐ Fachpersonal

Ich erwarte Ihren Anruf auf die Nummer

0 /

Vorname:

Name:

Strasse/Nr.:

PLZ/Ort: