

Zeitschrift: Hotel- + Touristik-Revue
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
Band: 102 (1994)
Heft: 14

Heft

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 20.08.2025

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

touristik hotel + revue

DIE FACHZEITUNG FÜR
HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS UND FREIZEIT

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

HOTEL·TOURISMUS

Mehrwertsteuer 3

Die MwSt vor der zweiten Hürde: In Sachen Exportsatz für die Hotellerie liegt der Ball beim Nationalrat.

Robinson Schweiz 4

Rekordumsätze bei Schweizer Robinson Clubhotels: Das neue Schweizer Projekt aber lässt weiterhin auf sich warten.

F & B·TECHNIK

Hotelarchitektur 11

Das neue Kempinski Airport Hotel am Münchner Flughafen wurde wegen seinem besonderen Design ausgezeichnet.

Der letzte Mohikaner 11

Werner Knechtli, Direktor vom «SAS-Portmann», letzter Schweizer Hotelier in London, gibt seine Erfahrungen preis.

TOURISTIK·REISEN

Neue Aontes-Präsidentin 13

Elisabeth Zaunbauer von der Österreich Werbung in Zürich wird Präsidentin des Vereins Nationaler Verkehrsbüros.

Goofy in Washington 15

Disney expandiert weiter: Ein historischer Themenpark entsteht in Virginia, in der Nähe von Washington.

HOTEL·TOURISME

«Lonely Planet suisse» 18

Le nouveau guide Lonely Planet sur la Suisse: 350 pages d'informations et de «tuyaux».

Maurice Urech confiant 19

Maurice Urech croit en l'avenir du «Royal Plaza» de Montreux, mais s'inquiète pour l'image de la station.

SHV·SSH·SSA

Präsidentenversammlung 21

L-GAV, Mehrwertsteuer, Hotelführer 1995: einige Diskussionspunkte der Präsidentenversammlung SHV.

Mindestlöhne erhöht 21

Die Sozialpartner des Gastgewerbes haben die Mindestlöhne für Angestellte der Funktionsstufen I und II erhöht.

American Express Corp.

Distributionswege konzentrieren sich

Hoteliers kennen die Amex-Karte vor allem der Kommissionen wegen. Reisebüros kennen Amexco als Geschäftreisengigant. Durch ihre Kombination von Filialnetz und Plastikkarte lässt Amexco ihre Muskeln spielen: Dank ihrer Karte hält sie auch nach dem Wagonlit-Carlson-Deal immer noch den Trumpf in der Hand.

CLAUDE CHATELAIN,
NEW YORK

American Express kennt man vor allem als Kreditkartenunternehmen und als Herausgeber von Traveller-Checks. Mit dem Schulterschluss der beiden Geschäftsbereiche Wagonlit und Carlson (siehe *htv* vom 17. März) ist die American Express Corporation (Amexco) mit ihrem Netz von rund 1700 Reisebüros weltweit auf den zweiten Rang verwiesen worden. Das Agentengeschäft war zwar für die Amexco bisher ein Nebenbusiness, hinter der Kreditkarte und

dem Finanzgeschäft. Doch war auch dieses «Nebengeschäft» gross genug, um international, bis vor wenigen Wochen, ganz klar an der Spitze zu liegen. Amexco hat sich nun seines Agentengeschäfts besonnen und tritt damit auch in Konkurrenz zur Reiseindustrie selbst. Diese hat kein derart effizientes Marketingmittel wie die grüne Amex-Karte zur Hand, mit der sie bestenfalls Zugang zu Kundendaten verfügt – und dies auch bestens zu nutzen weiss. Neustes Beispiel dafür ist das Zusammengehen mit dem Qualifier-Bonusprogramm der Swissair (siehe *htv* vom 31. März 1994). Touristische Leistungsträger, ob Hotellerie oder andere, schauen teils mit gemischten Gefühlen auf Amexco. Denn das Unternehmen verlangt als seine Rivalen, weiss in der Reiseindustrie jeder. Was bedeutet nun, nach dem Zusammengehen von Carlson/Wagonlit, das Erwachen des bisher eher dösenden Reiseriesen Amexco: Leistungsträger aus der Hotellerie und Destinationsanbieter müssen je länger, desto mehr mit Distributionswegen rechnen, die bei wenigen Unternehmen konzentriert liegen. Die Dynamik kennt

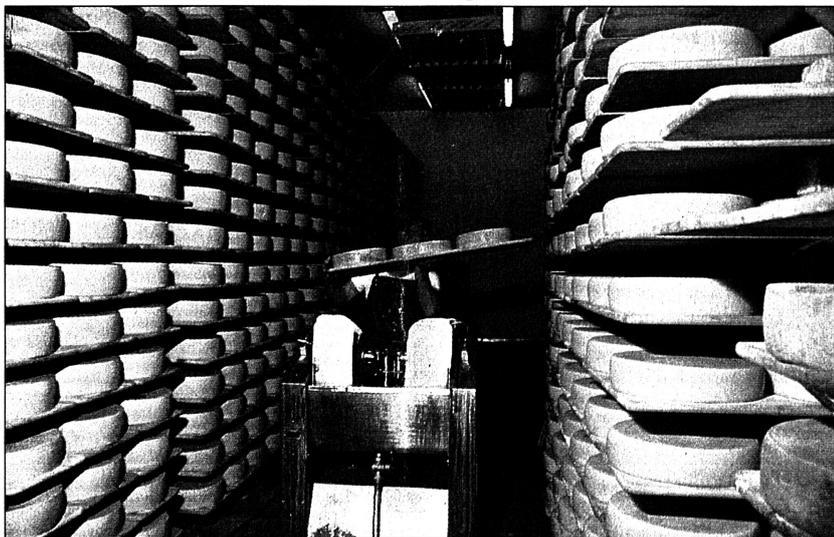
man aus dem Reservationsgeschäft: Galileo International, Sabre, Amadeus und Worldspan teilen heute weite Teile der Welt unter sich auf. Und so wie bei diesen Computer Reservations Systemen zeichnet sich eine Konzentration der Reisebüroketten ab.

Unterschätzte Reisebüros

Während sich die internationale Hotellerie auf der ganzen Welt schon längst auf das bewährte Distributionssystem der Reisebüros eingestellt hat und ihre Sales- und Werbeaktivitäten gezielt nicht mehr auf die Endverbrauchermärkte oder Regionen ausrichtet, ist man in der Schweiz noch weit davon entfernt. Leistungsträger in der Hotellerie, denen die zu entrichtende Agenturkommission den Gast nicht wert ist, sind keine Ausnahme. Mit dem hohen Anteil der ausländischen Gäste am Schweizer Tourismus aufkommen wächst auch das Gewicht der internationalen Distribution. Konzentriert sich diese zusehends, besteht auch für Schweizer Hoteliers dringender Handlungsbedarf.

Mitarbeit: Alexander P. Künzle
Seite 13

Schweizerische Käseunion



CH-Käsehygiene nicht mehr Spitze?

Die Schweizerische Käseunion weist für das Geschäftsjahr einen Fehlbetrag von 497 Millionen aus. Doch das ist nicht das einzige Loch, das gestopft werden muss. Migros-Direktor Rolf Berthold, der nach 13 Jahren beim Käseunion-Verwal-

tungsrat das Handtuch warf, fordert im Interview mit der *hotel + touristik revue* beschleunigte Deregulierung: «Das Monopol der Milchverbände über den Rohstoff Milch muss aufgehoben werden.» Ebenfalls fordert er, dass die Hygiene-

vorschriften den strengerer der Europäischen Union angepasst und die Qualität des Emmentaler verbessert werden müsste, um nicht auf grösseren Käse-Mengen sitzenzubleiben. (Foto: VB Appenzellerland) Seite 8

Tirol

Provokativ, unbequem und erfolgreich?

Veränderungen in der Tourisuskultur des Tirols: Der direkte Konkurrent der Schweiz im Bereich des Alpen-Tourismus geht «seinen Tiroler Weg». Angestrebt wird mit dem neuen Leitbild «Tiroler Weg» der Qualitätstourismus. Die Werbung dazu ist allerdings umstritten und hat sich damit vielleicht sogar den Weg zum Erfolg geböhnt.

Unbequem und provokativ sind vor allem die in Schwarzweiss gehaltenen Werbefotografien des Amerikaners Kurt Markus. Modernisierung heisst das Schlagwort und gemeint ist das Image der Region. Als durchaus fruchtbarer Konflikt versteht dies der Direktor der Tirol Werbung, Andreas Braun, der sich mit seinen Leuten von der Tirol Werbung als Vordenker im eigenen Land versteht. Seite 2

Nichtraucher-Zimmer

Nachfrage der US- und EU-Gäste steigt

Die amerikanischen und europäischen Nichtraucher-Gäste beharren vermehrt auf Nichtraucherzimmern, während Gäste aus dem Nahen und Mittleren Osten und aus Japan weiterhin mehrheitlich Raucherzimmer buchen. Bei den Gästegruppen sind es Geschäftsleute, Touristengruppen und Familien, die mehrheitlich Nichtraucherzimmer bevorzugen. Bei Einzelreisenden im Business- und Touristikbereich halten sich Nichtraucher-Männer und Frauen die Waage.

Dies zeigt die Erfahrung des Mövenpick Hotels Airport, das vor acht Jahren mit der Trennung zwischen Nichtraucher- und Raucherzimmern begonnen hat. Unterschiedlich erweist sich die Toleranz der Nichtraucher in anderen Schweizer Hotels. Seite 7

Eurorégions

Eurotransalpina séduit les Romands

Eurotransalpina est née à Grenoble l'an passé. Son ambition: rassembler les Français de la région Rhône-Alpes, les Italiens du nord et les Romands du bassin lémanique et du Valais autour d'actions touristiques communes. Les idées ne manquent pas, qu'il s'agisse de mise en réseau de données (hôtels, activités, etc.), de création de produits thématiques transfrontaliers ou de formation. Une première réalisation concrète pourrait se concrétiser cet été: la mise à disposition, dans les villes, de prospectus et programmes concernant l'ensemble de la région Eurotransalpina. Les Valaisans, les Vaudois et les Genevois se déclarent intéressés par le projet, qui a obtenu un appui financier de l'Union européenne. Il reste à définir, en détail et en commun, les actions à entreprendre. Page 17

STRICTEMENT RÉSERVÉ À LA GASTRONOMIE SUISSE

LANSON
BLACK LABEL
CUVÉE



Tourismuskultur Tirol

Unbequeme «Vordenker» auf dem «Tiroler Weg»

Das Tirol hat seine Tourismuskultur bewusst und absichtlich verändert. Mit dem Leitbild «Tiroler Weg» und dem fast sturen Festhalten an diesem Weg strebt die Tirol Werbung ein hohes Ziel an – den Qualitätstourismus. Über den gangbaren Weg der Werbung gehen allerdings die Meinungen auseinander.

SUSANNE RICHARD

Sucht man direkte Konkurrenten des Schweizer Alpen-Tourismus, so ist sicher das Tirol darunter. Ebenfalls deutschsprachig, mit einem vergleichbar hohen Anteil an deutschem Publikum und bei vergleichbarem landschaftlich-touristischem Angebot ist das Tirol im gleichen Markt tätig. Kaum vergleichbar ist allerdings der Weg, den das Tirol eingeschlagen hat, um seine touristische Angebotsqualität zu verbessern beziehungsweise auf tirolerisch «die Angebotsintelligenz zu erhöhen». Dies kommt aus der Erkenntnis, dass der zukünftige Tourist qualitätsbewusst und kritischer sein wird, dass er konkrete Informationen statt Klischees erwartet und das Preis-Leistungs-Verhältnis mit der Konkurrenz vergleicht. Grundlage dieser Idee ist das 1990 entstandene Leitbild «der Tiroler Weg des Tourismus». Andreas Braun, Direktor und geistiger Kopf der Tirol Werbung, glaubt, dass in Zukunft nur konkurrenzfähig bleibt, wer die Qualität des Tourismus heben und damit eine bessere Wertschöpfung erreichen kann. Damit setzt er

ein qualitatives Ziel, das sich erst später auszahlen wird. Um diese neuen Gästegruppen anzusprechen und die Qualität zu heben, würde der «Tiroler Weg» als Leitplanke für die Zukunft des Tourismus gesetzt. Im Gegensatz zu andern Leitbildern setzt der «Tiroler Weg» nicht nur beim Marketing an. Die Umgebung des Tourismus soll allgemein verbessert werden: Man will die Tiroler Bevölkerung und die Politiker für die Anliegen des Tourismus verstärkt sensibilisieren.

Umstrittene TV-Spots

Verschiedene deftige TV-Spots der Tirol Werbung haben in den letzten Jahren die Gemüter der Tiroler Bevölkerung aufwallen lassen. Themen der Spots waren Heimatgefühl und Gastfreundschaft, allerdings auf eine sehr provokative Art thematisiert. Jedenfalls wurde damit eine Diskussion über Werte im Tourismus angeregt. Die angestrebte Sensibilisierung der Politiker erfolgte weniger spektakulär: Im Haus der Tirol Werbung in Innsbruck wurden Arbeitsgruppen zu verschiedenen aktuellen tourismuspolitischen Themen wie Tourismus und Schule oder Tourismus und Landwirtschaft ins Leben gerufen. Auch eine Arbeitsgruppe Tourismus und Architektur wurde eingesetzt, die die Qualität der Tourismusarchitektur fördern will. Auf politischer Ebene sind alle Tiroler Tourismusorte zudem verpflichtet, ihre Ausbaugrenzen in einem Leitbild verbindlich festzuhalten.

Veränderungen hat man indes auch im Marketing vorgenommen: Das folkloristische Image des Tirols wurde mittels



Provokativ und umstritten: Mit den Schwarzweiss-Fotografien des vorwiegend in der Modebranche tätigen Amerikaners Kurt Markus will die Tirol Werbung das Image der Region modernisieren. Foto: zvg

der modernen Ästhetik stimmungsvoller Schwarzweiss-Fotografien bewusst weggefeht. Mit dem Logo «Tirol – Herz der Alpen» soll dieses neue Image noch verstärkt werden; besonderes Gewicht wird dabei auch auf die Kultur gelegt. Da das Gewicht vermehrt auf den Erlebnisbereich gelegt werden soll, wurden im Tirol Angebotsgruppen analog zu jenen der Österreich Werbung geschaffen.

Gütesiegel und Wirtshauskultur

Mit den Angebotsgruppen erwuchs auch die Möglichkeit, Gütesiegel zu lancieren und so auf die konkrete Produktgestaltung Einfluss zu nehmen. Anfangs 1994 wird das Tiroler Umweltsiegel lanciert. Neben der Umwelt wird neuerdings auch dem Erhalt der Tiroler Wirtshauskultur ein besonderes Augenmerk gewidmet: Ähnlich wie in der Schweiz sind die rustikalen Wirtshäuser mit regionaltypischer Küche bedroht. In einer Tourismusregion wiegt ein solcher Verlust um so schwerer. Das Tiroler Wirtshaus als Kulturgut, als Symbol für die Tradition, soll als Stätte der Begegnung für Einheimische und Gäste erhalten werden. Die Tirol Werbung will versuchen, Selbstverständnis und Selbstwertgefühl der Wirte zu heben. In einem vor kurzem erschienenen Handbuch zur Tiroler Wirtshauskultur werden ausgesuchte Betriebe mit Liebe zum Detail vorgestellt.

hauskultur werden ausgesuchte Betriebe mit Liebe zum Detail vorgestellt.

Fruchtbarer Konflikt

Ein markanter Unterschied zu den Schweizer Tourismusregionen oder zur Schweizerischen Verkehrszentrale besteht darin, dass sich die Tirol Werbung als Vordenkerin im eigenen Land ver-

steht und sich dabei nicht fürchtet, Gedanken zu vertreten, die bei der Basis beileibe nicht immer auf Gegenliebe stossen. Aber unbequem zu sein sei die Aufgabe der Tirol Werbung, meint der «oberste» Vordenker Andreas Braun. Nur so könne eine Verhaltensänderung und damit letztlich ein neues Produkt entstehen.

Mehr Einheimische an der Front

Im Gegensatz zur Schweiz sind im Tirol ein beachtlicher Anteil der Hotels und Pensionen aus ehemaligen Bauernhöfen entstanden. Allgemein ist das Niveau der Hotellerie bei gleicher Sterne-Zahl eher etwas tiefer als in der Schweiz. Doch die persönliche Betreuung durch die Besitzer hat Tradition. An der «Front» im Kontakt mit den Gästen sind vorwiegend Einheimische, insbesondere auch viele Frauen tätig. Und auch das Servieren genießt ein positiveres Image als in der Schweiz. Das Bild der Schweizer Hotellerie ist stark von von den luxuriösen 4- und 5-Stern-Hotels geprägt, während im Tirol die Familienpensionen im Vordergrund stehen, in denen der Kontakt zu den einheimischen Betreibern leichter zustandekommt, als in grossen Betrieben der hochklassigen Ferienhotellerie. SR

Zitate aus dem «Tiroler Weg»

- «Das Wesen und die Struktur von Non Profit Organisationen – Tirol Werbung und Tourismusverbände – hemmen den Mut zum Neuen. Ihr Erfolg hängt massgeblich von diesem Mut ab. Es bedarf daher einer doppelten Anstrengung.»
- «Non-Profit-Organisationen müssen gleich «unternehmerisch» wie ertragswirtschaftliche Organisationen arbeiten.»
- «Die Mitarbeiter der Tirol Werbung tragen als Persönlichkeiten das Unternehmen.»
- «Alle Tourismusmanager Tirols bilden den «erweiterten Mitarbeiterstab» der Tirol Werbung.»
- «Tirol ist die Summe der Erzählungen und Bilder über Tirol.»
- «Die touristische Werbung ist von entscheidender politischer, kultureller und wirtschaftlicher Bedeutung.» SR

Kultur an der Strasse

Der Kulturtourismus erfährt Mitte Juni 1994 eine Neuerung: Mit den neu geschaffenen Tiroler Ausstellungsstrassen wird den Gästen die Möglichkeit geboten, mit einem Handbuch in der Hand individuell die Tiroler Geschichte und Kultur «vor Ort» kennenzulernen. Kultur ist einer der Megatrends der Zukunft. In diesem Sommer wird die Tiroler Gotik Ausstellungsstrasse mit über 70 profanen und sakralen Monumenten Nord- und Osttirols – Kirchen, Paläste, Kapellen, Burgen, Schlösser und Museen eröffnet. Die «Ausstellungsstücke» sind über neun Tagesrouten verteilt. 1995 und 1996 sollen Ausstellungsstrassen zu den Epochen Barock & Rokoko und Maximilian der I. entstehen. pd./r.

Die Stationen der Ausstellungsstrassen sind einheitlich beschildert. Wegbegleiter unterwegs ist ein reich illustrierter Katalog, der zu jeder Ausstellungsstrasse erscheint und neben einer kulturhistorischen Einführung und wichtigen technischen Informationen (Anfahrtsmöglichkeiten, Distanzen, Parkplätze, Öffnungszeiten) alle Stationen genau beschreibt. Die Tiroler Ausstellungsstrassen sind eine Initiative von der Tirol Werbung, des Tourismusverbandes Innsbruck-Igls und Austrian Art Service sowie der Kulturabteilung der Tiroler Landesregierung und dem Kulturamt der Stadt Innsbruck. Offizieller Sponsor sind die Tiroler Sparkassen.

REKLAME



Neben über 100 anderen Betrieben in der Schweiz profitiert auch das Hotel Teufelhof in Basel von den tollen Leistungen der MIRUS MITARBEITER MANAGEMENT SOFTWARE und erledigen damit alle administrativen Arbeiten, wie: Vertragswesen, Bewilligungsverfahren, Frei-Ferien und Freizeitkontrolle, Stundenkontrolle (elektronische Zeiterfassung), Lohnabrechnung, 13er Monatslohn, Lohnausweise, Zeugnisse sowie alle Abrechnungen AHV, ALV, BVG, Quellensteuer etc.) Informationen und detaillierte Unterlagen bei:

MIRUS Software GmbH
Am Postplatz - 7270 Davos Platz
Tel. 081/432515 - Fax 081/431614

SWISSORAMA

Berner Oberland

Erster Spatenstich für die Sanierung der Beatus-Höhlen hoch über dem Thunersee: Für rund vier Millionen Franken wird das wohl traditionellste Ausflugsziel im Berner Oberland einer gründlichen Revision unterzogen. Hauptbestandteil der laut Doris Gimmel, Beatenberger Tourismusdirektorin, «ebenso nötigen wie unbestrittenen» Sanierung ist die Verdoppelung des Parkplatzangebotes auf 60 Plätze. PG

Berner Mittelland

Nachdem vor kurzem der Verkehrsverband des Amtes Laupen seine Tätigkeit aufgenommen hat, um die touristischen Interesse des Amtsbezirkes zu vertreten, hat sich auch der Verkehrsverein des Städtchens Laupen selber ein neues Leitbild gegeben. Der Verein erhielt mit Ernst Büchler einen neuen Präsidenten und nennt sich nun «Loupe läbt». «Loupe läbt» will sich künftig nicht nur um touristische Aspekte, sondern auch um die Bevölkerung kümmern. MLG

Graubünden

Beim Verkehrsverein Obersaxen, der durch finanzielle Machinationen seines Geschäftsführers in arge Turbulenzen geraten war, ist wieder Ruhe eingekehrt.

Nachdem sämtliche Forderungen gegenüber dem ehemaligen Kurdirektor von diesem erfüllt wurden, kam man «mit einem blauen Auge» davon, wie Daniel Cahannes, Präsident des Verkehrsvereins Obersaxen, erklärte. Mit Jon Fadri Huder als neuem Verkehrsdirektor ging es wieder aufwärts. Zwar erwies sich die Sommersaison in Obersaxen nach wie vor als Sorgenkind, aber im Winter wurde mit 157 689 Logiernächten das zweitbeste Ergebnis aller Zeiten erreicht. Die Jahresrechnung schloss zwar mit einem Fehlbetrag von 18 158 Franken ab, doch bedeutete dies eine Verbesserung gegenüber dem Voranschlag um mehr als 11 000 Franken. FS

*

In einer Auflage von 30 000 Exemplaren ist erstmals ein Restaurantführer für den unteren Teil des Engadins erschienen. «Ob Sie sich bei einem Diner von der Raffinesse hoher Kochkunst begeistern lassen möchten oder ob Ihnen der Sinn mehr nach wirtschaflichen einheimischen Gerichten steht, in jedem Fall finden Sie in diesem kulinarischen Führer den für Sie richtigen Tip», ist Rudolf Pazzeller, der Präsident des Hoteliervereins Scuol-Tarasp-Vulpera und Umgebung überzeugt. Auf 98 Seiten werden in diesem vom Kurverein Scuol herausgegebene und zum Preis von einem Franken er-

hältlichen Vademekum der Untere Engadiner Gastronomie zuverlässige Tips für kulinarische Genüsse gegeben. Zahlreiche Hotels und Restaurants von Sannaun bis Zernez sind darin mit all ihren Angeboten und Spezialitäten und auch mit Hinweisen darauf, was man dafür auslegen muss, angeführt. Einziges Manko dieses sehr informativen Führers durch die Hotels und Restaurants des Untere Engadins ist die unvollständige Aufzählung der Häuser. FS

Zürich

Neue (Wander-)Wege geht die ZAW, die Zürcherische Arbeitsgemeinschaft für Wanderwege. Sie richtete kürzlich unter der Nummer 01/767 03 02 ein «Wander-telefon» ein, das jeden Montag für eine Woche gültige Infos ab Tonband liefert. Ruft man an – nachts genügen dafür 40 Rappen –, erschallt zuerst ein Postautophon. Dann gibt eine hölzernen wirkende Männerstimme zuerst die geführte «Wanderung der Woche» durch. Die Infos kommen komplett mit Datum, Route, Zeiten der öffentlichen Verkehrsmittel, Biletzettel und Telefonnummer des Wanderleiters. Es folgt der «Vorschlag der Woche» für individuelle Wanderer. Zeit zum Mitschreiben bleibt allerdings kaum. Fazit: Eine gute Idee – nur könnte man sie mit einem ausgebildeten Sprecher wesentlich besser verkaufen. Und:

Der individuelle Wandertrip sollte zudem noch als Info-Blatt bestellt werden können. EM

Zentralschweiz

Dass der Tourismus der Stadt Luzern rund 25 Prozent des städtischen Einkommens abdeckt, ist die eine Seite. Die andere Seite ist, dass wie in fast allen Tourismusorten das einheimische Gewerbe zwar von den Marketinganstrengungen der Tourismusverantwortlichen profitiert, in den seltensten Fällen aber einen finanziellen oder ideellen Beitrag leistet. In Luzern ist ein sogenannter touristischer Gönnerclub, das Forum Luzern 2000, ein Jahr alt geworden. 36 Mitglieder zählt der Verein, der den Verkehrsverein Luzern sowohl finanziell wie ideal unterstützt. Bei Jahresbeiträgen von 2000 Franken konnte Verkehrsdirektor Kurt H. Illi bereits Ende 1993 einen Check in der Höhe von 50 000 Franken entgegennehmen. Das Ziel für 1994 ist bereits erklärt: 55 Mitglieder sollen nahezu 100 000 Franken in die Tourismuskasse einspeisen. Zudem hat das Forum Luzern 2000 im Vorfeld der Volksabstimmung um das Kultur- und Kongresszentrum am See zwei Arbeitsgruppen gegründet: eine für die Einflussnahme touristischer Belange in der Politik und eine für die Vernetzung von Kunst und Tourismus. PV

Mehrwertsteuer das beherrschende Thema

Der Kampf für den Exportsatz sowie eine neue Mehrwertsteuer-Broschüre des Schweizer Hotelier-Vereins waren die beherrschenden Themen an der Präsidenten-Versammlung des SHV in Bern. Informiert wurden die Sektionspräsidenten ausserdem über die Lohnverhandlungen und die laufende Neu-Klassifikation der Betriebe im Hinblick auf den neuen Hotelführer 1995.

ANDREAS NETZLE

Präsidenten von 92 Sektionen und Kantonalverbänden des Schweizer Hotelier-Vereins waren in den Kursaal nach Bern gekommen, um sich über die laufenden Geschäfte und aktuellen Themen informieren zu lassen. Zum Grossaufmarsch hatte sicher das Thema Mehrwertsteuer beigetragen. Als erster Berufsverband überhaupt konnte der SHV seinen Mitgliedern einen Leitfaden zur Mehrwertsteuer abgeben. Die Hoteliers müssen ihre Preise für 1995 jetzt berechnen und im neuen Hotelführer publizieren, obwohl laut Vizedirektor *Christian Hodler* von Seiten der Steuerverwaltung erst im Herbst Konkretes zur Ausführung des neuen Steuersystems vorliegt. Der Leitfaden bietet den Mitgliedern praktische Hilfe in der recht schwierigen Materie. Einem unbestätigten Gerücht zufolge sollen sich zu den MwSt-Kursen des SHV auch Beamte der Steuerverwaltung angemeldet haben.

Exportsatz vor zweiter Hürde

Noch nicht entschieden ist, ob die Hotellerie für ihre «Exportleistung», dem Logement, ebenfalls einen reduzierten Satz erhält. Zuversichtlich stimmt laut SHV-Präsident *Alberto Amstutz* die Tatsache, dass der Ständerat deutlich für einen Exportsatz stimmte und jetzt die nationalrätliche Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK) die Motion Bezzola – entgegen der Usanz – vorberaten wird. SHV-Direktor *Heinz Probst* rief die Präsidenten und Mitglieder dazu auf, ihren Einfluss geltend zu machen und «ihre» Nationalräte argumentativ zu unterstützen.

Falls der «worst case», also der Normalsatz von 6.5 Prozent auch für das Logement gilt, wird die durchschnittliche Preiserhöhung 7 bis 8 Prozent betragen. Berechnungsgrundlage für diese Zahl ist ein Dreistern-Betrieb mit einem Verhältnis Restauration – Logement von 65 zu 35 Prozent. Die effektive Preiserhöhung beträgt rund 4 Prozent plus ca. 3 Prozent Teuerung. Die Werte können aber, darauf legt *Christian Hodler* grossen Wert, je nach Betrieb stark abweichen.

Anhebung der untersten Löhne

Kommissionspräsident *Walter Trösch* erläuterte die kürzlich mit den Sozialpart-

nern ausgehandelte Lohnrunde für 1995. Danach werden die Löhne der Kategorien I und II um je 2 Prozent angehoben. Damit sei man den Gewerkschaften nach der Nullrunde im letzten Jahr wieder etwas entgegengekommen. Trösch plädierte dafür, den Landesgeheimtarifvertrag (LGAV) auch nächstes Jahr zu verlängern. Ein vertragsloser Zustand würde insbesondere die Bergregionen benachteiligen. Er warnte auch davor, die im letzten Jahr angestiegenen Lehrlingszahlen als Trendumkehr zu werten. Der Anstieg sei konjunkturell bedingt und werde wieder abflachen, sobald es der Wirtschaft besser gehe. Wichtig sei es deshalb, mit einem guten LGAV, den die Branche momentan besitzt, die Berufe im Gastgewerbe attraktiv zu halten und so auch in Zukunft für genügend Personal zu sorgen.

Strenge Hotel-Klassifikation

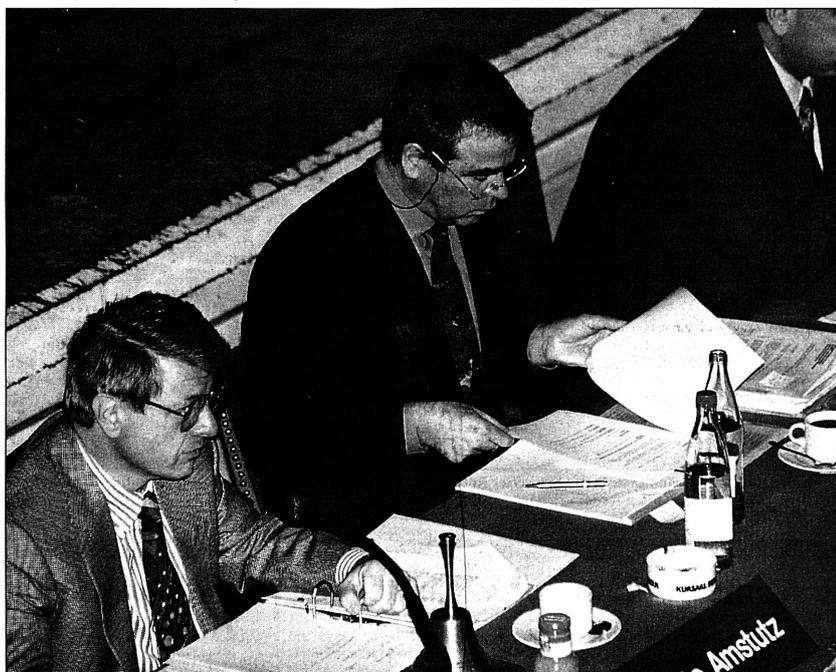
In der Fragestunde für die Sektionspräsidenten war auf die schwierige Situation einiger Hotelbetriebe, unter anderem in Luzern, hingewiesen worden, welche im Rahmen der Klassifikation für den neuen Hotelführer 1995 zurückgestuft werden müssten. Einzelne Hotels erwägen deshalb den Austritt aus dem SHV wie

aus der kantonalen Sektion. Kommissionspräsident *Hans Geiger* trat Gerichten entgegen, die Normen seien insgesamt verschärft worden. In der laufenden Kontrolle würde lediglich die Einhaltung der bestehenden Normen strenger kontrolliert. Es gebe immer noch Hotels, bei denen zum Beispiel die Fluchtweg nicht beschriftet seien. In solchen Fällen sei man kompromisslos.

Marketing mit Hotelführer

Geiger berichtete von der enormen Arbeit der regionalen Kommissionen und der Kommission des SHV, welche bis heute 1400 Betriebe inspiziert habe. Insgesamt wurden 2500 Anträge gestellt, 2400 sind behandelt. Direktor *Heinz Probst* zog den Vergleich zur letzten Klassifikationsrunde 1990. Damals wurden 630 negative Entscheide und 350 Rekurse gezählt, bis heute seien es erst deren 300 negative und 150 Rekurse. Für Sonderfälle, das heisst Hotels, welche zwar einen hohen Standard und eine spezielle Ausstrahlung haben, gewisse Normen, wie etwa die Zimmergrösse nicht ganz erfüllen, wurde eine eigene Kategorie der «nichtklassifizierten» Hotels geschaffen, um den falschen Eindruck einer zu tiefen Sternenzahl zu vermei-

den. Die Einträge für den neuen Hotelführer 1995 werden zu fast 70 Prozent mit Bild versehen sein. Neu soll der Führer 95 in der Schweiz und in Deutschland auch im Buchhandel und am Kiosk erhältlich sein. Im Ausland wird er über die normalen Kanäle der SVZ-Vertretungen und möglicherweise auch über die Swisair vertrieben. Aus den Reihen der Präsidenten wurde gefordert, die Verkehrsvereine noch stärker auf die Bedeutung und Synergie-Möglichkeiten des Hotelführers aufmerksam zu machen und Anschluss-Konzepte zu realisieren. Es sei jetzt für Hoteliers auch möglich, aus anderen privaten Führern auszutreten, da der neue Führer in Aufmachung und Konzeption ein ausgezeichnetes Marketinginstrument sei. Nach dem Willen der Delegierten-Versammlung erhalten Restaurants keinen Bildeintrag. Die Sektion Schaffhausen möchte auf diesen Entscheid zurückkommen. Präsident *Alberto Amstutz* wies jedoch darauf hin, dass dann auch Hotelbetriebe für ihre öffentlichen Restaurants einen Bildeintrag verlangen könnten. Möglicherweise wird dieses Thema an der nächsten Delegiertenversammlung vom 27./28. Juni in Lenzerheide erneut zur Sprache kommen. *Siehe auch Seiten 19 und 21*



SHV-Präsident *Alberto Amstutz* und Verbandsdirektor *Heinz Probst* informierten die 92 Sektions- und Kantonalpräsidenten über die laufenden Geschäfte. Mit *Stolz* präsentierten sie den neuen Leitfaden des SHV zur Mehrwertsteuer. *Foto: Jean-Paul Fährdrich*

Neue (Brief-) Marke Coralia

Accor-Konzern ordnet seine Resorts

Der französische Accor-Konzern ordnet weiter seine Marken: Seit Januar hat er seine Ferienhotels unter dem Namen Coralia zusammengefasst. Heute bezeichnet sich Accor als viertgrösster Resort-Hotel-Anbieter weltweit – nach Hyatt, Sheraton und der spanischen Méliá-Gruppe.

MARIA PÜTZ-WILLEMS

Mit dem Kauf der belgischen Schlafwagen-Gesellschaft Wagon-Lits 1991 hatte sich die Zahl der Ferienhotels unter dem Accor-Dach von 26 Häusern mit 4225 Zimmern auf rund 56 Hotels mit 7900 Zimmern erhöht, so dass für alle Mercure, Sofitel, Novotel, PLM Azur ein einheitlicher Name gefunden werden musste.

Bis zum Jahr 2000 möchte Accor 150 Resorts weltweit akquirieren, durch Übernahme, Management oder Neubau. Im Gegensatz zu anderen Ferienhotels mit Club-Charakter, zum Beispiel dem



Club Med, versteht sich Coralia als ein Organisator innerhalb der Feriendestination: man möchte Gäste nicht in der Hotelanlage behalten, sondern das Hotel zum Ausgangspunkt für Aktivitäten in der Destination machen.

Europäer für Erholungsurlaub

Bisher besaßen die Ferienhotels unter dem Accor-Dach lediglich einige zusätzliche Einrichtungen, die es dem Geschäftsreisenden leichter machen sollten, seine Reise zu Ferienzwecken zu verlängern. Die Entwicklung des veränderten Coralia-Konzepts stützt sich hin-

gegen auf neuere, über mehrere Jahre hin betriebene Untersuchungen. Sie ergaben im wesentlichen: Drei Viertel der Gäste in Accor-Resort-Hotels sind Europäer, befinden sich auf einer reinen Ferienreise und streben einen reinen Erholungsurlaub an. Sportliche Aktivitäten wünschen nur 25 Prozent der Befragten. Die grosse Mehrheit möchte zudem im Urlaub mit der Familie zusammensitzen oder alleine bleiben. Als Urlaubsziel stellen sich 80 Prozent sonnensichere Regionen vor. Ihr Urlaubshotel wählen sie primär nach dem Kriterium Bauweise, dann nach der Lage und seinem Ruf.

Hotels und lokale Anbieter

Folglich ist das Coralia-Konzept auf Individualreisende zugeschnitten, die sich für ihre Ferien ein Hotel mit gewissen Standards suchen und dort genügend Freiheiten finden, sich den Urlaub selbst gestalten zu können – kurz: es ist eine Synthese von Erholung und Entdeckungserreise. Coralia integriert also mehr Dienstleistungen, die den Hauptbedürfnissen der Gäste entsprechen: das Personal hilft bei der Erkundung der Re-

gion beziehungsweise des Gastlandes und bei der Erholung am Strand, am Pool oder in den Hotelparks. Dabei arbeitet jedes Hotel mit lokalen Anbietern wie Incoming-Büros, Verleihfirmen, Restaurants etc. zusammen und organisiert zum Beispiel auch Exkursionen. Mit dem französischen Reisebüroverlag «Guide du Routard» hat Coralia bereits einen Reiseführer für alle Coralia-Destinationen entwickelt. Die erste Ausgabe in Französisch und Englisch ist den Antillen gewidmet und wird jedem Gast der Accor Resort Hotels bei seiner Ankunft auf den Inseln überreicht.

Briefmarken-Logo

Der Gast erkennt alle Coralia-Hotels am neuen Logo, einer Briefmarke, die an ferne, exotische Länder erinnert. Am stärksten verbreitet sind die Resorts von Accor im Mittelmeerraum (mit Schwerpunkt Ägypten); dann folgen die Karibik, Afrika, Anlagen im Indischen Ozean, Französisch Polynesien und in Südamerika. Die meisten Ferienhotels stellt die Marke Sofitel, vor Novotel, Mercure, Marine Hotels und PLM-Azur.

Arosas «Eden» mit dabei

Ein Reiseveranstalter gründet eine neue Hotelkooperation: Claus Sendlinger, Inhaber des auf Kultur- und Kunst-Incentives spezialisierten Büros «East Travel» aus Augsburg führt die Designer-Hotels der Welt in einer eigenen Vereinigung zusammen: «Travel Trends Design Hotels».

Unter dem Namen «Travel Trends Design Hotels» soll der Gast natürlich nur die «Echten» finden – Domizile, deren exklusive Ausstattung etwa die Handschrift von *Philippe Starck*, *Andre Putman*, *Karl Lagerfeld* oder *Calvin Klein* tragen. «Wie soll sonst der design-interessierte Gast aus Japan wissen, dass es im kleinen Europa ebenso viele Designer-Hotels gibt?» formuliert Gründer *Claus Sendlinger* den Grundgedanken der Kooperation. Die Rezeption hat gerade diesen zielgruppenspezifischen Hostels (in USA und Japan) klargemacht, dass globaler Verkauf und weltweites Marketing unverzichtbar sind. Auf der ITB präsentierten Claus Sendlinger und sein Partner *Peter Schweizer* aus Kalifornien die Design Hotels Inc., die erste Marketing-, Verkaufs- und Reservierungsgesellschaft, die über das Reservierungssystem Trust II von Steigenberger ausschliesslich Designerhotels vermittelt. Der Gast muss lediglich eine Toll Free Nummer wählen. Zu den ersten Travel Trends Design Hotels, die den Reservierungsvertrag unterzeichnet haben, zählen das Hotel Eden in Arosa, Pflaums Posthotel in Pegnitz/Deutschland, The Halkin/London, The Royalton/New York, L'Hotel Pergolese/Paris und das Hotel Triton/San Francisco. Ende April/Anfang Mai will Claus Sendlinger den neuen Designerhotel-Verband mit einer Roadshow in Deutschland, Österreich und der Schweiz bekannt machen. *MAP*

HOT-TELL

Billighotel statt Gefängnis? Im nächsten Jahr wird das neu erbaute Untersuchungsgefängnis in Basel bezogen. Dann wird die bisherige Anstalt Lohnhof in Herzen der Stadt geräumt. Zusammen mit Arbeitslosen will die Basler Overall Genossenschaft ein Projekt für die künftige Nutzung des Areals realisieren: Aus dem Zellentrakt soll ein Billighotel und aus dem Gefängnisgefängnis ein multikultureller Basar entstehen. Als Geldgeber ist die gut bestückte Christoph Merian-Stiftung im Gespräch.

*

«Alpina» Lenzerheide an Atlas Hotels. Nach über 30jähriger Betriebsführung übergeben *Franca* und *Reto G. Poltera* ab November die Leitung des 4-Stern-Hauses Grand Hotel Alpina Kurhaus in Lenzerheide an die Atlas Hotel AG mit Sitz in Zürich. Der Inhaber der Atlas Hotel AG, *Dwiri Bardola*, wird das Schwerkraft des neuen Konzeptes für das «Alpina Kurhaus» auf ein individuelles, marktorientiertes Angebot legen und auf die Integration in der Bevölkerung und im Kurort Valbella/Lenzerheide. Die Atlas Hotel AG zählte bisher sechs Hotels in der 2- bis 5-Stern-Kategorie im Engadin und im Kanton Obwalden.

REKLAME

WEINKLIMASCHRANK

EUROCAVE™

HYPRO

Hypro AG, 6023 Rothenburg
Tel 041 / 53 81 33

Schweizer Robinson Clubhotels

Verkehrsverein Interlaken

Neues Schweizer Projektauf Eis gelegt?

Die in Graubünden domizilieren vier Robinson Clubhotels der Schweiz verzeichneten 1993 einen Rekordumsatz von 32,3 Millionen Franken. Robinsons Expansionsstrategie soll auch die Schweiz betreffen. Schneesichere Höhenlagen im Wallis und Graubünden Robinsons sind gefragt. Doch der Entscheid wurde einmal mehr verschoben.

FRANZ SPANNY

Die rund 1000 Betten im Schweizerhof Vulpera, Scuol Palace, Piz Buin Klosters und im Robinson Club Arosa waren insgesamt zu mehr als 75% Prozent auslastet und konnten 172 900 Logiernächte registrieren. Robinson ist in der Schweiz erfolgreich. «Aber wir haben zurzeit schon etwas Mühe mit der D-Mark-Schwäche gegenüber dem Schweizer Franken, denn dadurch ist unser Produkt für die Mehrzahl der deutschen Gäste teurer geworden», so Toni Weibel, dipl. Hoteller SHV/VDH und Robinson-Regionalmanager Schweiz. Die bei Robinson durch die Sitzverlegung von Frankfurt nach Hannover im letzten Jahr verursachten Wogen hätten sich offenbar wieder geglättet, ist zu vernehmen. Zumindest auf die Robinson Club Schweiz AG mit Sitz in Tarasp hätten diese Vorkommnisse keine weiteren Auswirkungen. Und an einer kürzlich in Scuol durchgeführten Tagung der Regional- und Bereichsleiter sowie der 27 Clubdirektoren, bei der auch der neue Robinson-Geschäftsführer Kurt Niclaus anwesend war, habe sich gezeigt, dass der Robinson-Geist immer noch vorhanden sei. «Es besteht nach wie vor ein grosses Zusammengehörigkeitsgefühl, denn wir wissen, dass wir ein gutes Produkt vertreten, das über Jahre hinweg gemeinsam aufgebaut worden ist», erklärt Toni Weibel.

13 000 Betten – 27 Betriebe

Ende Mai 1994 werden in Mexiko, in der Türkei und in Österreich drei neue Robinson Clubs ihre Tore öffnen. Robinson wird dann über 13 000 Betten in 27 Clubs verfügen. Man ist überzeugt davon, dass man mit dieser Expansionsstrategie richtig liegt. Probleme können sich höchstens in den fünf Clubs in der Türkei ergeben: Dort muss man infolge der tür-

kisch-kurdischen Problematik wohl mit leichten Einbussen rechnen. Was die Schweizer Robinson-Clubs betrifft, ist man für die kommende Sommersaison zuversichtlich. «Unser Angebot ist gut und entspricht einem vernünftigen Preis-Leistungs-Verhältnis», weiss Toni Weibel. Dass es beispielsweise in Arosa sehr schwer ist, in der Sommersaison gute Ergebnisse zu erzielen, davon können fast alle Arosener Hoteller ein Lied singen. «Unsere Nutzwelle im Sommer liegt bei 42 Prozent der Auslastung. Wenn wir in Arosa wieder auf 46 Prozent kommen wie im Vorjahr, zahlen wir auf jeden Fall nicht drauf», konstatiert Toni Weibel. Dass man in Graubünden sein Geld im Winter verdienen muss, ist eine Binsenwahrheit, die man auch bei Robinson sehr schnell erkennt hat – und mit der man leben kann.

Nach der Umstrukturierung in der

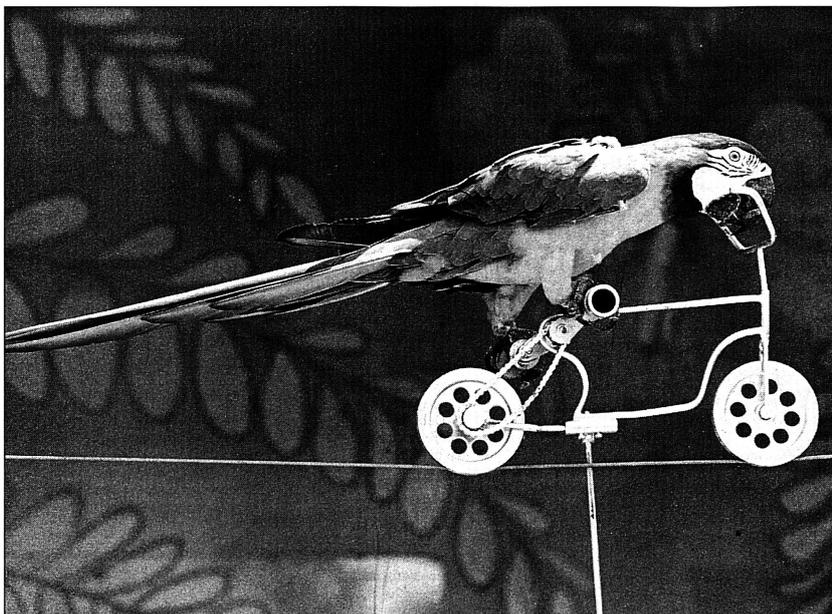
Führungsetage bei Robinson war zeitweilig auch die Rede von Billigprodukten des Clubferien-Marktleaders. «Ein Billigprodukt wird es bei Robinson nicht geben», erklärt Toni Weibel klipp und klar. Grosses Augenmerk wird aber einer Segmentierungsstrategie gewidmet. Man will das Robinson-Publikum noch gezielter ansprechen und sich dem Zeitgeist und den Trends anpassen. «Wir wollen am Ball bleiben, unser gutes Produkt weiterentwickeln und als Marktleader unseren Vorsprung auf die Konkurrenz ausbauen», umreist der Schweizer Regionalmanager die Ziele von Robinson.

Weitere Clubs kommen

Nachdem Robinson auch in der Schweiz erfolgreich Fuss gefasst hat (ein Robinson-Gast lässt im Durchschnitt 187 Franken pro Tag in der Schweiz liegen),

drängt sich eine Ausweitung der Geschäftstätigkeit förmlich auf. «Verschiedene Projekte befinden sich gegenwärtig in der Abklärungsphase und könnten 1995 spruchreif werden», so Toni Weibel. Am ehesten in Frage kommen weitere Robinson-Betriebe im Wallis und in Graubünden. Primäre Voraussetzungen dafür seien eine Höhenlage, die im Winter eine gewisse Schneesicherheit verspricht.

In der Schweiz werden die Robinson-Produkte vor allem durch Hotelplan und Kuoni verkauft. War Kuoni jahrelang der einzige Robinson-Partner in der Schweiz, so haben sich die Gewichte in der jüngsten Vergangenheit verlagert: «Hotelplan hat mehr Gewicht bekommen», meint Toni Weibel, «denn sie bringen den Robinson-Katalog heraus und verkaufen die Bündner Clubs auch in der Schweiz.»



«Schwindelnde» Rekordumsätze in den Schweizer Robinson Clubhotels: Doch das seit langem angekündigte neue Schweizer Projekt befindet sich offenbar immer noch in luftigen Höhen. Foto: zvg

HOT-TELL

Brienz: Zwei Hotels – eine Führung. Mit der Wiedereröffnung des neuereichteten Hotel Seerestaurant Löwen in Brienz stehen zusammen mit dem Hotel Brienzerbüli nun zwei Hotels unter der Führung vom Brienzener Hoteller Peter Huggler. Indem er bereits bestehende Synergien nutzt, will er mit den beiden Hotels am Brienzersee sein kulinarisches Zentrum in Brienz weiter ausbauen. Für die nähere Zukunft plant Huggler den Ausbau des «Löwen» zu einem Chalet-Hotel mit einem Übernachtungsangebot von 30 Betten.

*

Keine Ruhe: «Happy Rancho» Laax. Auch nach der Abhalfterung von *Georges Arpagaus* wird es um das 4-Sterne-Hotel Happy Rancho in Laax nicht ruhiger. Mit der Übernahme des Zepfers durch *Enrico R. Principi* scheint man vom Regen in die Traufe gekommen zu sein. Eine im Januar 1994 mit der Stockwerkeigentümergemeinschaft geschlossene Vereinbarung zu einer Teilzahlung von aus dem Jahre 1993 stammenden Nebenkosten in Höhe von 108 000 Franken wurde nicht eingehalten. Der geschuldete Teilbetrag von 54 000 Franken konnte nicht fristgemäss überwiesen werden. Dies veranlasste die Stockwerkeigentümergemeinschaft zu einem Fortsetzungsbegehren für Betreuung auf Konkurs. Man habe dem neuen Verwaltungsratspräsidenten der Rancho AG eine Chance gegeben. Dieses Entgegenkommen sei nicht honoriert worden, so dass man jetzt «ohne Rücksicht auf Verluste» alles daransetzen werde, um die ausstehenden Schulden einzutreiben, erklärt dazu *Patrick A. Staub*, der Rechtsvertreter der Stockwerkeigentümergemeinschaft des Happy Rancho.

Swiss International Hotels

Barometer steht auf Veränderung

1994 sind bereits neun Hotels neu zu Swiss International Hotels (SIH) gestossen. Im nächsten Jahr soll dem Wunsch der Mitglieder entsprochen werden: Mehr Leistungen, stärkerer Verkauf und eine veränderte Marketingstrategie sind angesagt.

SAM JUNKER

Die 1980 gegründete Swiss International Hotels wandelt sich immer stärker vom Amical- zur Marketingvereinigung. Die Umfrage vom vergangenen Herbst zeigt deutlich, dass die Mitglieder mehr von der Vereinigung der Erstklasshäuser mit Schweizer Bezug wünschen, ihnen der Eintrag im SIH-Hotel-Verzeichnis nicht genügt. Die Leistungen sollen differenzierter, der Verkauf vornehmlich in Eu-

ropa verstärkt werden. Sie streben zudem eine Veränderung in der Marketing-Strategie an. Die Generalversammlung hat nun eine Kommission bestellt, die Vorschläge bezüglich Aktivitäten und Budget ausarbeitet, so dass Neuerungen bereits ab 1995 berücksichtigt werden können.

Neun neue Mitglieder konnte die GV 1994 begrüssen. Mit der Auberge le Quartier Français, bei Durban in Südafrika, ist erstmals ein Hotel in Schwarzafrika, das mit sechs Mövenpick Hotels bei SIH vertreten ist, wird dem Mittleren Osten zugeordnet. Neu dabei sind ferner: Frankreich: Garden Beach Hotel, Juan les Pins; Hotel Mont Vallon, Méribel; Deutschland: Parkhotel Adler, Hinterzarten; Dänemark: Hotel Hesselet, Nyborg; Ecuador: Hotel Oro Verde, Machala; Unihotel, Guayaquil (beide unter der Führung von Orotel).

Zuwachs bei Alpine Classics

Schliesslich können auch die aktiven Alpine Classics, die vor drei Jahren von SIH gegründete eigenständige Zusammenschaffung von Hotels in der Schweiz, Zuwachs verzeichnen. Beigetreten sind das Hotel Château Gütsch, Luzern, und das Hotel Hof Weissbad in Appenzell, das im Herbst 1994 eröffnet werden wird. Die Swiss International Hotels zählen heute insgesamt 62 Geschäft- und Ferienhotels mit total 16 000 Betten auf vier Kontinenten.

Als Mitglied des Vorstandes Nord Europa hat sich neu *Roy Kappenberger* vom Hotel Hesselet, Nyborg in Dänemark zur Verfügung gestellt. Er ersetzt *Jörg Rudolf von Rohr* vom «Schweizerhof», Zürich.

Ramada Garni

Renditebewusstes Hotelsegment

Die Schweiz fest im Visier, aber noch ohne feste Adresse: so etabliert sich in Deutschland allmählich das neue Garni-Konzept der Hotelgruppe Ramada. Drei Häuser sind in Betrieb, insgesamt elf projektiert.

Frankfurt-Nordweststadt, Gerlingen bei Stuttgart und Flensburg heissen die ersten drei Standorte der «Ramada Hotel Garni GmbH & Co. KG», zu der sich die aus Hongkong geführte Ramada-Gruppe mit 50 Prozent, Garni-Geschäftsführer *Bill Grau* mit 25 Prozent und Investor *Reinhard Baumhögger* mit ebenfalls 25 Prozent zusammengefunden haben. Alle geplanten Garni-Häuser werden entweder in Eigenregie gebaut oder «auf Pachtbasis für eine Zeit von mindestens 25 Jahren betrieben».

«5 bis 6 in der Schweiz»

Die Übernachtungspreise liegen bei 120 bzw. 150 DM, das Frühstück von 15 DM wird immer separat berechnet. Zum Garni-Konzept gehört, dass in fünf Minuten Fussweg-Distanz mehrere Restaurants erreichbar sind – «was unser Hotel für die örtliche Gastronomie interessant macht», wie *Christine Grau*, 23jährige Tochter des Garni-Projekt-Entwicklers Grau, betont. Die Schweiz soll mit fünf bis sechs Häusern beglückt werden, mit 80 Zimmern eher kleiner konzipiert als die 100-Zimmer-Häuser in Deutschland. «Die ersten Belegungsdaten geben unseren Erwartungen recht», lautet allerdings die ausweichende Antwort auf die Frage nach dem bisherigen Erfolg des Konzepts.

GU, Frankfurt

Verkehrsverein Interlaken

Kommerziellen Teil abkoppeln

An einer ausserordentlichen Hauptversammlung hat der Verkehrsverein Interlaken (VVI) vergangene Woche seinen Namen geändert und die Einrichtung einer kommerziellen Abteilung beschlossen.

Der Entscheid, den Interlakner Verkehrsverein ab sofort unter dem Namen «Tourismus Organisation Interlaken» (TOI) weiterzuführen, war unbestritten. Ebensoviele zu reden gab die Umstrukturierung, die laut Vereinspräsident *Daniel Frei* zum Ziel hat, den Betrieb zu professionalisieren und generell profitorientierter zu arbeiten.

Dienstleistungen verkaufen

Mittel dazu ist eine kommerziell geführte Geschäftsstelle, die ausschliesslich touristische Dienstleistungen verkaufen wird. Dies im Gegensatz zum traditionellen Verkehrsbüro, das sich als neutraler Vermittler weiterhin vorab um Information und Infrastrukturen kümmern wird.

Endziel der Umstellungen ist die völlige Abkoppelung des kommerziellen Bereiches in einer privaten Rechtsform, die innert drei Jahren realisiert werden soll. Mit Bezug auf Subvention der touristischen Aufgaben bleibt dabei die Frage zu klären, ob mit einer solchen Entflechtung nicht Gewinne privatisiert und Verluste sozialisiert werden. PG

Thunersee

Weltrekordversuch mit 260 Booten

Mit einem Paukenschlag wollen der Verkehrsverband Thunersee (VVT) und die BLS-Schiffsbetriebe am 28. Mai die Sommersaison eröffnen. Dann nämlich soll im unteren Thunerseebecken vor Gwatt mit 260 Segel- und Motorbooten, einem Pedalo, einem Kiesschlepper und der «Blüemlisalp» bei einem Weltrekordversuch die grösste je dargestellte Schrift gebildet werden. Auf einer Gesamtlänge von 540 Metern und einer Höhe von 95 Metern soll das Wort «Thunersee» dargestellt werden. Dazu soll mittels Satellit auf dem See ein Rechteck ausgemessen werden, in welches die Boote und Schiffe am Morgen des 28. Mai dann hineinmanövriert werden müssen.

Bei Gelingen dieses Weltrekordversuches winke für alle Teilnehmer ein Weltrekord-Diplom und insgesamt ein Eintrag ins Guinness-Buch der Rekorde, erklärt *Christian Vultier*, Direktor des Verkehrsverbandes Thunersee. Noch sind die Veranstalter dieses Vorhabens auf der Suche nach einem Sponsor. Mit der zweiten Jungfernfahrt der «Blüemlisalp» und der Wettfahrt aus «Blaue Band» sorgten die Verantwortlichen in den vergangenen Jahren schon mehrmals für Publizität für den Thunersee. UM

Gästebefragung

Business-Reisende wählen Standort

Auf was achtet der Geschäftsreisende bei der Wahl seines Hotels? Auf Faxmaschine, Computer, Voice-Mail? Die 90er Jahre sind das Jahrzehnt des Service, wie immer wieder zu hören ist. Geht es aber um die Wahl des Hotels, haben sich die Prioritäten kaum verschoben. Der wichtigste Punkte bei der Hotelwahl ist der Standort. Zur Bestätigung dieses uralten Befunds kam die amerikanische Hotelgesellschaft Omni Hotels. Über 10 000 Hotelgäste haben sich die Mühe genommen, die 29 Fragen zu beantworten. Davon werten knapp 58 Prozent dem Hotelstandort die grösste Bedeutung zu. Es folgten u.a. der Preis mit 18 Prozent und der Service mit 13 Prozent. Man mag erstaunt sein, dass der Service keine höhere Priorität genießt. Vielleicht hat es damit zu tun, dass Omni's Gäste diesbezüglich keine allzu hohen Anforderungen stellen. Denn in einer breit angelegten Befragung des Branchenmagazins «Business Travel News» landeten die Omni-Hotels bei der Frage der Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft des Personals auf Rang 18. Nur gerade drei Hotelketten schnitten noch schlechter ab: Clarion, Renaissance und Meridien. CC, New York

Markt USA

Swiss Travel Show tut sich schwer

40 Incoming-Anbieter bereiten die Swissair-Gateways der Ostküste, anlässlich der fünften Auflage der Swiss Travel Show. Dabei liessen sich Ermüdungserscheinungen ausmachen. Wie es scheint, hat sich das bisher bewährte Konzept totgelaufen. Da sich die Schweiz in den USA im Folge der grossangelegten Plog-Marktuntersuchung neu positioniert, tut auch ein neuer Auftritt der Incoming-Anbieter, not.

CLAUDE CHATELAIN,
NEW YORK

Wer erinnert sich? – Im letzten Jahr fand die Swiss Travel Show (STS) an der Westküste statt. Dort beklagten sich die Schweizer Incoming-Anbieter über die Qualität der Besucher. Ungewöhnlich viele Prospektensammler seien unterwegs gewesen, viele sogenannte «Kitchen Travel Agents», welche ihre Reiseagentur nebenbei betrieben und vom Geschäft nichts verstünden, war zu lesen. Interessant, wie dieselben Anbieter die Qualität der Besucher an der diesjährigen Show an der Ostküste beurteilten: *Joe Luggen* von Grindelwald sieht keinen grossen Unterschied. «An der Westküste sah man viele «Küchen-Agenten». An der Ostküste mögen es wohl richtige Reisebüros sein. Doch auch diese stellen kaum grössere Ansprüche, als Prospekte zu sammeln und generelle Informationen einzuholen.» Gemäss *Markus Lergier* aus Pontresina sind Touroperatoren der Ostküste über die Schweiz besser im Bilde als Berufskollegen im Westen. Fazit: An der Westküste ist die Quantität besser, an der Ostküste die Qualität. Das will nicht heissen, dass an dieser STS eitel Freude herrschte. Es blieb den Anbietern nicht verborgen, dass die Reisebüroleute schon von diversen anderen Ländern mit ähnlichen Shows überfüttert sind, so dass das Interesse der Besucher abnimmt.

Skeptische Verkehrsdirektoren
Den Organisatoren vom Swiss National Tourist Office (SNTO) und der Swissair will damit die Arbeit nicht einfach gemacht. In einem Punkt scheinen sich die

Anbieter zum grossen Teil einig zu sein: das heutige Workshop-Konzept läuft sich zu Tode. *Beat Bächler* aus Luzern analysiert: «Organisatorisch ist der STS jedes Jahr besser geworden. Aber am STS '94 fehlte irgend etwas, eine Unzufriedenheit kam zum Ausdruck.» Auch andere Vertreter von Verkehrsvereinen erinnern sich, wie in den ersten Jahren fettere Fische an Land gezogen wurden als heute. Die Hotelvertreter dagegen sind dem Ganzen eher positiv eingestellt. Ist für die Verkehrsdirektoren die Ernte vorüber? Die Verkehrsbüros sind nur für den ersten Kontakt gefragt. Hat einmal ein Veranstalter Gruppen oder Individualreisende in die Schweiz geschickt, sucht er dann das Gespräch mit dem Leistungsträger. Wohl deshalb konnte sich *Mark Isler* vom Jungfrau-Victoria in Interlaken über gute Gespräche nicht beklagen.

An der heurigen Swiss Travel Show sah sich aber enttäuscht, wer eine konsequente Umsetzung der mit Vehement lancierten Werbekampagne «Look no further. Switzerland» erhoffte. Bekanntlich konzentrieren sich Swissair und die Verkehrszentrale in den USA nun auf Themen, welche der kalifornische Marktforscher *Stanley Plog* in seiner Studie darlegte. Also die sechs Themen «Alpen und Landschaft»; «Städte, Dörfer und Leute»; «Kultur, Schlösser, Brauchtum»; «Wege zum Reisen, Orte zum Bleiben»; «Sport und Abenteuer» sowie «Essen und Weine». In einer beispiellosen Werbekampagne wird diese Neuausrichtung zur Zeit kommuniziert. *Roland Ortiger* vom SNTO in New York präsentierte die Kampagne an den Seminarien.

Plog lässt bitten

In den Workshops hat man freilich vom neuen Auftritt nicht viel gesehen. Alle standen wie anno dazumal hinter ihren Tischen und gaben Auskunft. Man hätte eigentlich von den Ausstellern erwarten dürfen, dass sie sich an die laufende Werbekampagne anhängen. Wohl hatten diverse Anbieter für den «Vocation Planer» der Swissair Produkte kreiert, die auf diese Kampagne ausgerichtet sind. Doch an den Ständen sah man kaum Blickfänge, die dem Besucher das von der Schweiz eingetriggert hätten, was er laut Plog nicht erwartet. Für eine löbliche Ausnahme sorgte *Astrid Nakhostine* als



Enrico Horber vom SNTO in New York, der am 1. Mai zurück ins Headoffice nach Zürich geht, um von dort aus die Märkte Südamerikas und Australiens zu bearbeiten, verabschiedet sich von Barbara Kerr und Tony Häusler, Interhome-Management.
Foto: Claude Chatelain

Vertreterin der Ostschweiz. Sie stellte kurzerhand eine achtseitige, übersichtlich nach den sechs Themen gegliederte Broschüre zusammen, worin zu lesen steht, was in der Ostschweiz an Schlössern zu sehen, an lokalen Köstlichkeiten zu geniessen oder an Sport zu betreiben ist. Es ist wohl auch kein Zufall, dass *Ruedi Jaisli* von Eurotrek mit vielversprechenden Kontakten alle Hände voll zu tun hatte. Der STS-Debutant brauchte keine Pakete zu schürren, um *Stanley Plog's* Anregungen zu befolgen.

*

In SVZ- und Swissair-Kreisen wird laut darüber nachgedacht, das totgelaufene Konzept nochmals zu beleben. Dabei könnte man sich durchaus vorstellen, die Stände nicht mehr nach Orten und Hotelgesellschaften, sondern nach den di-

versen Themen zu ordnen. So zum Beispiel Ruedi Jaisli's Eurotrek-Stand als Insel zum Thema «Sport und Abenteuer» um welchen sich Regional-, Orts- und Hotelvertreter mit ähnlicher Ausrichtung gruppieren. Montreux könnte man sich am Stand «Kultur, Schlösser und Brauchtum» vorstellen, so wie sich der Kongressort am Genfersee bereits in der Swissair-Broschüre präsentiert. Und warum sollen sich die Walliser nicht den lokalen Trümpfen annehmen? Nach befindet sich das Neukonzept zur Swiss Travel Show erst im Stadium des «Brainstormings». Wenn es mal auf dem Tisch liegt, muss es von den Beteiligten, also den Incoming-Anbietern, gutgeheissen werden. Da kann man nur hoffen, dass es nicht an Mut zu etwas Neuem und Unkonventionellem fehlen wird. Auch die Werbekampagne «Look no further. Switzerland» ist für Schweizer Verhältnisse unkonventionell.
Claude Chatelain

Tourismusforum Graubünden

Kultur im Tourismus

Das 8. Tourismusforum Graubünden beschäftigt sich am 21. Juni mit dem Thema «Kulturelle Ereignisse im Tourismus». Damit soll das Spannungsfeld zwischen Tourismus und Kultur beleuchtet sowie Kooperationsmöglichkeiten und Gefahren aufgezeigt werden.

Schneearme Winter, verregnete Sommer und die Konkurrenz aus dem In- und Ausland sind Entwicklungen, haben den Verkehrsdirektoren und Hoteliers in den vergangenen Jahren etliches Kopfzerbrechen bereitet. Gefragt waren Phantasie und Alternativen – gefunden wurden Kulturveranstaltungen. Wurde damit die rettende Lösung gefunden oder handelt es sich dabei bloss um einen kurzlebigen Trend? Wird die einheimische Kultur ausverkauft?

Diese und andere kritische Fragen behandelt das Tourismusforum Graubünden, der vom Churer Unternehmens- und Tourismusberatungsbüro Grischcomsulta in Zusammenarbeit mit der Graubündner Kantonalbank organisierten Tagung. In kreativer Ambiance in den Park Hotels Waldhaus in Flims werden mit konkreten Beispielen internationaler Referenten und Teilnehmer Lösungsansätze gesucht und aufgezeigt.

Kosten der eintägigen Tagung: Fr. 490.–, bei Teilnahme von mehreren Personen aus demselben Unternehmen: Fr. 390.– pro Person. Für Studenten ist ein Spezialpreis vorgesehen. Anmeldetermin: 15. Juni. Anmeldungen nimmt die Grischcomsulta AG, Masanserstrasse 82, 7000 Chur entgegen: Tel. 081 27 59 49, Fax 081 27 66 22.

UM

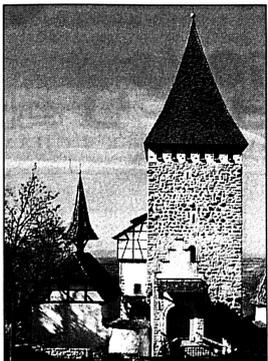
75 Jahre Thurgauische Verkehrsvereinigung

Gäste sollen länger bleiben

Aus Anlass ihres 75-Jahr-Jubiläums hat sich die Thurgauische Verkehrsvereinigung einiges vorgenommen: Neben der Förderung des Tourismusbewusstseins in der Bevölkerung soll das Marketing klar auf den umweltverträglichen Tourismus ausgerichtet werden.

SIGI SCHERRER

Als die Thurgauische Verkehrsvereinigung 1919 gegründet wurde, sind nicht nur «die Freiheit der Strasse für das Automobil», sondern auch die Abschaffung der Schnellzugzuschläge sowie die



Schloss Weinfelden: Tradition und Gastlichkeit – Kultur und Natur.

Foto: zvg

Elektrifizierung der Bahnstrecke Zürich-Romanshorn gefordert worden. Auch in diese Zeit fiel die Eröffnung der ersten drei Verkehrsbüros, in Frauenfeld, Romanshorn und Berlingen. Die Zukunft des Tourismus wurde im Thurgau aber lange völlig unterschätzt. Noch 1969 fielen ein Fremdenverkehrsgesetz und das vom Gastgewerbe vehement bekämpfte Wirtschaftsgesetz mit geregelter Beherbergungstaxe beim Souverän durch. Die folgende Diskussion über den Stellenwert des Tourismus ergab immerhin, dass man mit Sicherheit keinen Massentourismus wollte.

Individualtourismus fördern

Einen Markstein in der Geschichte der Thurgauischen Verkehrsvereinigung bildete 1984 die Anstellung von *Peter Dürrenmatt* als vollamtlicher Geschäftsführer. Er setzte neue Impulse und prägte die Entwicklung massgeblich. Heute verdienen rund 5500 Personen ihr Brot im Thurgauer Tourismus. Seit 1983 stieg die Zahl der Logiernächte bei nahezu konstanter Bettenzahl von 300 000 auf 363 000 an und die Bettenbelegung auf 33 Prozent. Zusätzlich werden im Ausbildungs- und Gesundheitstourismus jährlich 100 000 Logiernächte sowie eine weitere halbe Million Übernachtungen in der Parahotellerie gezählt. Das Potential des Thurgaus liegt im qualitativ hochstehenden und umweltverträglichen Tourismus, erklärt *Dürrenmatt*. Dies soll mit entsprechenden Marketingmassnahmen angestrebt werden. So wird mit der Thurgauer Tageskarte das Umsteigen der Gäste auf öffentliche Verkehrsmittel erleichtert. Es sind weitere wesentliche Anstrengungen geplant, den Individualtourismus mit Natur und mit Kulturangeboten zu fördern. Davon

verspricht man sich unter anderem, eine längere Aufenthaltsdauer der Gäste sowie ein neues Image zu erreichen. Als grundlegende Zielsetzung der Jubiläumsaktivitäten wurde ausserdem die Förderung des Tourismusbewusstseins in der Thurgauer Bevölkerung festgelegt. Mit der Herausgabe einer Broschüre, die allen Haushaltungen zugestellt wird, versucht man den Thurgauern, die wirtschaftliche Bedeutung und die enge Verknüpfung des Tourismus mit Kultur, Brauchtum und dem Lebensraum Bodensee näher zu bringen.

Seminartourismus: «Meeting Thurgau»

Im Kanton Thurgau besteht seit 1987 eine «Arbeitsgemeinschaft für Schulungs- und Begegnungszentren» (ARGE), die im Bereich des Bildungstourismus eng zusammenarbeiten. Um diese Marktorteile, die sich jährlich in rund 100 000 Logiernächten manifestieren, weiter ausbauen zu können, hat sich die ARGE auf ein neues Leitbild unter dem Titel «Meeting Thurgau» geeinigt. Der Geschäftsführer der Thurgauischen Verkehrsvereinigung, *Peter Dürrenmatt*, fordert von den zwölf in rechtlich loser Form zusammengeschlossenen Tagungs- und Konferenzhotels weiterhin die Garantie, dass Veranstaltungen, Tagungen und kulturelle Aktivitäten ohne Rücksicht auf ihre Grösse in hoher Qualität durchgeführt werden. Entsprechend sei eine überdurchschnittliche gute Infrastruktur neben erstklassigen gastronomischen Leistungen verlangt.

SS

LESE(B)AR

Links und rechts der Autobahn

Wer viel auf Autobahnen unterwegs ist, gewinnt mit dem Handbuch «Links und Rechts der Autobahn 1994» einen Überblick über ausgewählte autobahnnahe Hotels, Gasthöfe und Restaurants in 13 Ländern Europas. Ergänzt sind die Informationen mit Angaben der wichtigsten Sehenswürdigkeiten und Ausflugsziele und Tankstellen-Hinweise. Die Autobahn-Schemakarten beinhalten Distanzangaben und Ausfahrtsnummern.

Links und rechts der Autobahn. Herausgeber und Bezugsquelle: Stünings Verlags GmbH, Postfach 2980, 44729 Krefeld. Preis: DM 16.50 plus Versandspesen.

Die schönsten Skigebiete im Test

Der «ADAC Ski-Atlas Alpen 1994» mit seinem 5-Sterne-Bewertungssystem ist erschienen. Mehr als 200 Skigebiete in Österreich, Italien, Frankreich, Deutschland und der Schweiz werden ausführlich porträtiert. Jährlich neu recherchierte Fakten geben Auskunft über Lift-, Pistenslängen, Loipenkilometer und Preise. Ein herausnehmbares Heft gibt einen Überblick über die Preise von 3724 Skipässen im Alpenraum, aktuelle Telefon- und Telefax-Nummern sowie empfehlenswerte Hotels.

ADAC Ski-Atlas Alpen 1994. Hallwag Verlag, Bern. Preis: Fr. 52.–.

INFO-TOUR

Mit Dampf und Nostalgie. Für 1994 ist die Broschüre «Schweizerferien mit Dampf und Nostalgie» ergänzt und erweitert worden. Die Broschüre wird jeweils gemeinsam mit der Schweizerischen Verkehrszentrale SVZ zusammengestellt. Sie enthält nicht nur eine Fülle von Dampfzug- und Dampfschiff-Angeboten, sondern auch viele andere, teilweise wenig bekannte Nostalgieangebote. Die Broschüre ist an den Kiosken der Kiosk AG Basel sowie an vielen Bahnschaltern erhältlich.

*

Bergsteigerschulen. In der Verbandsbroschüre der Schweizer Bergsteigerschulen werden 21 Bergsteigerschulen aus allen Regionen der Schweiz präsentiert. Angeboten werden Tiefschneewochen, Skisafaris, Skitouren, Skitaverstärkungen, Ausbildungswochen, Kletter- und Hochtourenwochen und vieles mehr. Bezogen werden kann die Broschüre beim Sekretariat Schweizer Bergsteigerschulen, Postfach 24, 6490 Andermatt, Tel. 044 6 77 70, Fax 044 6 77 37.

*

Basel: «Pompeji»-Pauschalen. Am 19. März wurde die grosse Ausstellung «Pompeji wiederentdeckt» im Basler Antikenmuseum eröffnet. Diese Ausstellung, von IBM Schweiz ermöglicht, zeigt 200 Original-Exponate aus der 79 n. Chr. verschütteten Stadt am Vesuv zum ersten Mal in der Schweiz. Über 20 Multimedia-Computerstationen ermöglichen einen Blick über das ursprüngliche Umfeld der Exponate.

REKLAME



Lucas Merckaert, Hotel Albana, St. Moritz, profitiert von:

FIDELIO
Frontoffice
vom
Hotelspezialisten

CHECK-IN DATA AG
Informatik für Hotellerie und Gastronomie
Telefon 01 808 71 65

PANORAMAWAGEN. ERSTKLASS- WAGEN. SPEISEWAGEN. SCHLAFWAGEN. GÜTERWAGEN. SUBARU WAGON.



Eine eigenständige Extrakutsche überrollt im 54-Pferde-Galopp den Schweizer Minibus-Markt: Der neue Subaru Wagon - extra für Sie.



Denn der Wagon wurde extra für Grossfamilien ausgeheckt. Extra für Kleinfamilien mit lieben Nachbarn. Extra für Kleinunternehmen mit bis zu sechs



Werkleuten. Extra für Aussendienstler mit tausend Werkzeugen. Extra fürs Bringen: z.B. von Brot, Gemüse, Flaschen oder Kleidern. Extra fürs Holen:



z.B. von Hotelgästen. Extra für Freizeit, Sport und Spass. Extra fürs bequeme Reisen. Extra fürs abenteuerliche Trekken. Und extra so, dass er mal so und mal so gebraucht werden kann.

Darum auch die vielen Ausstattungs-Extras: Um einer ganzen Reihe von Anforderungen serienmässig zu genügen. Tiefliegender Laderaum bis 2500 l, damit alles bequem reinkommt.



5 Türen, damit man von überall her rankommt. Knappe Aussenmasse, damit kein Engpass aufkommt. Glashubdach/Panorama-Schiebedach, damit reichlich Licht durchkommt.



Multipoint-Einspritzung, damit er zügig aber sparsam vorankommt. 4WD, damit er überall hinkommt.



Und das Beste kommt noch - der Preis: Fr. 23'800.-



WAGON
SUBARU 4WD
DER SCHWEIZER 4 X 4 CHAMPION

Weitere Informationen beim Importeur: Subaru Switzerland, Streag AG, 5745 Safenwil, 062/99 94 11, und den über 300 Subaru-Vertretern. Günstiges Subaru 4x4 Super Leasing: 01/495 2 495.

Raucher und Nichtraucher in getrennten Zonen?



Riet Pfister,
Direktor
Mövenpick Hotel Airport,
Zürich Glatbrugg

«Seit etwa acht Jahren besteht im Mövenpick Hotel Airport die Trennung zwischen Nichtraucher- und Raucherzimmern. Dieses Hotel aus der weltweit 31 MHI (Mövenpick Hotels International) zählenden Gruppe war damals ein Vorreiter bezüglich dieser Trennung, und zwar sowohl innerhalb der MHI als auch auf dem Platz Zürich. Das Angebot von Nichtraucherzimmern wird vermehrt genutzt: man spricht bei MHI von einer tendenziellen Steigerung von 20 auf 40 Prozent in der Nachfrage im Verlauf der letzten drei Jahre. Die Gästegruppen, die mehrheitlich Nichtraucherzimmer bevorzugen, sind Businessleute, Touristen und Familien. Bei Einzelreisenden im Business- und Touristikbereich halten sich Frauen und Männer die Waage. Vorwiegend Reisende aus den USA sowie aus Europa buchen Nichtraucherzimmer, während Reisende aus dem Nahen und Mittleren Osten und aus Japan mehrheitlich Raucherzimmer buchen. Bei Gruppenreisenden kristallisiert sich der Trend zur Nutzung dieser Trennung noch nicht so deutlich heraus. Das könnte sich aber in den nächsten Jahren ändern, wenn man der Entwicklung Rechnung trägt, die zum Beispiel die Airline Cathay Pacific neuerdings eingeleitet hat, auch auf Langstreckenflügen keine Raucherplätze mehr zu verkaufen. Für die Hotellerie könnten sich daraus ebenfalls Konsequenzen ergeben, indem es in Zukunft vielleicht vermehrt Grossgruppen gibt, die allesamt aus Nichtrauchern beziehungsweise Rauchern bestehen. Fürs Travelangebot gälte dann vielleicht ebenfalls die Trennung zwischen Raucher-Reiseangeboten und Nichtraucher-Reisen. Doch dies ist bis jetzt noch reine Spekulation. Treten diese Fälle allerdings ein, wäre das für MHI das Signal, das bisherige Angebot an Nichtraucherzimmern zu erweitern. In Bezug auf den Kostenfaktor «Unterhalt» wäre das im Hotelbereich sogar begrüssenswert. Nichtraucherzimmer werden bekanntlich weniger abgenutzt. Die meisten Buchungen von Nichtraucherzimmern werden im voraus vorgenommen. Spontan anreisende

Gäste haben den Nachteil, dass diese Zimmer unter Umständen ausgebucht sind. In dem Fall kann der Gast wählen, ob er ein Raucherzimmer nimmt oder in ein anderes Hotel wechselt. Das kommt selten vor. In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass die Toleranz der nichtrauchenden Gäste in Bezug auf Raucher grösser geworden ist. Man ist nicht mehr so streng wie auch schon, stellen wir bei MHI fest. Auch die Trennung in entsprechende Zonen in den Mövenpick Restaurants bewährt sich nach wie vor. Es gibt selten Beschwerden in den angrenzenden Sitzbereichen, wo sich Raucher und Nichtraucher näher kommen. Höchstens, wenn jemand Zigarre oder Pfeife raucht. Bei Vorbestellungen von Gruppen (Familienfeste usw.) wird nur ganz selten der spezielle Wunsch geäussert, in der Nichtraucherzone platziert zu werden. Bei einer Tischreservation wird von uns aus allerdings stets nachgefragt, in welcher Zone die Gäste sitzen möchten. In den Spezialitätenrestaurants (zum Beispiel Appenzeller Stube) ist die spezielle Nachfrage nach Nichtraucherplätzen relativ gering. Auch hier macht sich eine grössere Toleranz den Rauchern gegenüber bemerkbar! Im chinesischen Restaurant Dim Sum, das verhältnismässig klein ist, hat man den Nichtraucherstisch inzwischen wieder abgeschafft. Es bestand dafür keine genügende Nachfrage. Langfristig gesehen könnte ich mir die Wiedereinführung eines speziellen Rauchsalons in der Restauration vorstellen. Diese Überlegung stützt sich auf den Fall, dass das bereits ausgeweitete Rauchverbot auf Public Areas – wie Bahnhöfe und Flughäfen – weiter um sich greift. Grundsätzlich meine ich jedoch, dass man den Hotel- oder Restaurantgang nicht zu sehr mit Verboten plagen soll. Es gibt davon schon genug im täglichen Leben! In Europa ist man – im Gegensatz zu den USA – auch noch nicht so sektiererisch konsequent, was das Rauchen oder Nichtrauchen angeht. Daher stand die Frage, ob in der Hotelhalle ein Rauchverbot verhängt werden sollte, bisher nicht zur Diskussion.»

Die Toleranz der Nichtraucher gegenüber den Rauchern ist nicht nur in den USA, sondern auch in Europa geringer geworden. Nichtraucher-Zimmer und -Ecken sind erwünscht und werden auch genutzt. Doch wie sieht es in der Praxis aus? Lassen sich die Raucher und Nichtraucher trennen, ohne dass die Atmosphäre darunter leidet? Die hotel + touristik revue hat Hoteliers nach ihren Erfahrungen befragt.

der Trennung haben wir denn auch keine Probleme. Sehr oft sitzen an einem Tisch «gemischte» Gäste, und wenn von diesen jemand rauchen will, müssen sie halt bei Gelegenheit, wie etwa zum Kaffee, umziehen. In Ausnahmefällen kann es zu Problemen kommen, wenn sich militante Nichtraucher am Nachbartisch von Rauchern befinden. Aber das sind wirklich die Ausnahmen. Ebenso kann es vorkommen, dass die Nichtraucher-Tische durch Reservationen zuerst belegt werden. In solchen Fällen fragen wir nach: «Ist auch ein Raucher-Tisch möglich?» Und das ist es fast immer. Anders sieht es bei den Zimmern aus. Da ist keine Trennung möglich. Wir sind zu klein. Es bestehen auch keine diesbezüglichen Wünsche von Seiten der Gäste.»

Rücksicht zu nehmen – und sei es auch nur, dass die Aschenbecher nicht überall herumliegen. Das Hauptproblem sind die Seminare. Die Teilnehmer ziehen sich zum Rauchen in ihre Zimmer zurück. Im Restaurant gibt es insofern Probleme, dass wir einen traditionellen Gastbetrieb führen, der vom Morgen früh bis spät am Abend durchgeht. Es ist ein Kommen und Gehen. Vorläufig setze ich mich erst beim Frühstück kategorisch durch: da bitte ich die obligaten «Stümpeler» in ein Nebenzimmer. Einerseits wären viele Leute über eine Trennung froh, andererseits sind Verbote gar nicht beliebt. Die ideale Lösung muss erst noch gefunden werden.»



Eduard Lohner,
Inhaber
Sporthotel Lohner,
Davos

«Das Rauchen ist bei uns im Speiseraum verboten. In den Aufenthaltsräumen steht es jedem frei zu Rauchen oder nicht. Ich selber rauche Zigarren und stelle fest, dass, weil ich selber rauche, die Leute es wagen, da und dort eine Zigarette oder Zigarre zu geniessen. Ich bin der Meinung, dass eine militante Abwehr gegenüber Rauchern höchstens eine unglückliche Atmosphäre schafft. Man kommt doch aneinander vorbei. Weit wichtiger sind gegenseitige Akzeptanz und Rücksichtnahme, und dies funktioniert bei uns. In den Zimmern muss man halt entsprechend lüften und reinigen. Gegen Rauchgeruch gibt es schliesslich spezielle Mittel. Es stört auch nicht den Raucher, wenn es stinkt, und kein Raucher raucht, um den Mitmenschen das Leben schwer zu machen. Schwer macht es jede Militanz. Beim Essen ist das Rauchen einfach unhöflich. In den Zimmern hingegen empfinde ich ein Verbot als unzumutbar. Man könnte es nicht einmal kontrollieren. Wie auch? Stellen Sie sich nur die Umtriebe vor, die Vergiftung der Atmosphäre! Nein, ich halte die Einführung von Nichtraucherzimmern für einen blossen Marketing-Gag.»



Albert Hörler,
Inhaber
Hotel Sporting,
St. Gallen

«Unser Hotel ist zu wenig gross, um eine Trennung in Nichtraucher- und Raucherzimmer konsequent durchzuführen. Dasselbe gilt für die Speisräume. Ein diesbezüglicher Wunsch von Seiten der Gäste besteht jedoch. Im Restaurant und zum Abendessen ist er weniger stark als beim Frühstück. Die 19 Zimmer kontrolliere ich persönlich jeden Tag. Wir lüften täglich, und das ist vielleicht besser als jede Klimaanlage. Bei starken Rauchern, wie man sie häufig unter Geschäftsleuten aus dem fernen Osten antrifft, muss man halt die Vorhänge häufiger waschen. Nach Umfragen bei unseren Gästen bekommen wir denn auch meistens Komplimente für die gute Luft. Der Trend in diese Richtung ist wirklich sehr stark.»



Marcel Jordan-Kunz,
Direktor
Hotel- und
Restaurationsbetriebe der
Thermalquelle AG
Bad-Zürzach

«Die Trennung in Nichtraucher- und Raucherzimmer ist im Moment noch eine Theorie. In unseren Hotels mit einer grossen Auslastung – bei uns beträgt sie 90 Prozent – scheint es unmöglich. Wir suchen schon lange nach einer Lösung, da der Wunsch bei vielen unserer Gäste vorhanden ist. Im Turmhotel ist kein Rauchverbot. Einzig im Kurhotel-Restaurant und im Restaurant des Thermalbades Zürzach ist ein Drittel als Nichtraucher-Zone abgetrennt. Hierher kommen auch vorwiegend die gesundheitlich orientierten Gäste.»



Manfred Hörger,
Direktor Savoy
Baur-en-Ville,
Zürich

«Es gibt bei uns keine Trennung, weder in den Zimmern noch in den Restaurationsräumen. Kein Gast wünscht das! Die Gäste sind sowieso schon sauer über all die Vorschriften, denen sie überall begegnen. Im Restaurant bitten wir allenfalls, das Pfeifenrauchen zu unterlassen. Bei Zimmerreservierungen ist die Nachfrage nach Nichtraucherzimmern praktisch inexistent, das heisst ungefähr eine auf 1000. Auch unsere Amerikaner Gäste bestehen auf keiner Trennung in Raucher- oder Nichtraucherzonen. Als das Thema aktuell wurde, haben wir eine diesbezügliche Umfrage gemacht, und aus dieser zeigte sich deutlich der Wunsch: «Wir wollen nicht bevogtet werden.»

Umfrage: Doris Blum



Mathias Spitz,
Geschäftsführer
Hotel Hofgarten,
Luzern

«Im Restaurant haben wir 22 Tische. Davon sind drei Reihen, das heisst sechs Tische für Nichtraucher reserviert. Der Wunsch kam von den Gästen, und mit



Josef Küng,
Inhaber
Hotel Krone,
Solothurn

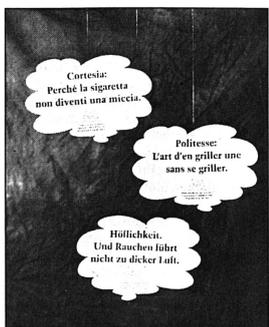
«Die Krone ist ein historisches Haus – über 500 Jahre alt. Vor vier Jahren haben wir sämtliche Räume top renoviert. Dann hätten wir auch die Trennung in Raucher- und Nichtraucherzimmer vollziehen müssen. Aber das war vor den Anzeichen zu diesem Trend. Heute wäre es sehr schwierig, auch wenn ich die Idee befürworte. Unser Hotel ist ausgelastet, und wenn Geschäftsleute buchen, bleibt die Idee auf der Strecke. Wir ermuntern die Gäste über verschiedene Hinweise,

Tabakindustrie

Toleranz-Kampagne «als Zündstoff»

Ein angenehmes «Klima» in Gaststätten und Restaurationsbetrieben: Das ist das Ziel einer gemeinsamen Aktion der Gemeinschaft der schweizerischen Zigarettenindustrie (CISC) und dem Gastgewerbe.

führt nicht zu dicker Luft», steht auf dem einen, «Rücksicht – und die Zigarette



Auf weissen Wölkchen für Toleranz werben. Foto: zvg

«Wie man raucht, ohne sich die Finger zu verbrennen», oder: «Wie man raucht, ohne das Klima anzuheizen». Mit solchen Slogans startet am 24. April eine Kampagne in schweizerischen Printmedien aller drei Sprachregionen. Parallel dazu werden im Schweizer Fernsehen TV-Spots lanciert, die den Toleranzgedanken zwischen rauchenden und nichtrauchenden Menschen fördern soll. Ab dem 20. April werden Aussendienstmitarbeiter der Tabakindustrie in Restaurants und Gaststätten Rotairs mit zwei Botschaften verteilen. «Höflichkeit – und Rauchen

wird nicht zum Zündstoff» auf dem anderen Plakat. Die gleiche Inseratekampagne war bereits im Frühling 1993 in den Printmedien zu sehen. Dies im Vorfeld der Abstimmung über die Werbeverbots-Initiative für Tabak und Alkohol am 28. November. Trotz der klaren Ablehnung durch das Volk ist der Druck auf die Raucher nicht gewichen. Die Tabakindustrie befürchtet, dass die rigorosen Rauchverbote in öffentlichen Gebäuden und Gaststätten wie beispielsweise in Frankreich und Kalifornien das schweizerische Bundesamt für Gesundheitswesen BAG zu ähnlichen Schritten veranlassen könnte. Laut Mitteilung der Initianten der Kampagne sollen «Hoteliers, Restaurateure, Cafétiers und Gastwirte weiterhin von ihrer Freiheit und dem Recht Gebrauch machen dürfen, das Nebeneinander von Rauchern und Nichtrauchern in ihren Betrieben selbstständig und ohne staatlich verordnete Weisungen zu regeln.»

Öko-Hotel 1994

Ausschreibung erfolgt Ende April



Die Unterlagen für die Ausschreibung des «Öko-Hotels des Jahres 1994» können ab Ende April bei der hotel + touristik revue bezogen werden. Die offizielle Lancierung des Wettbewerbs wird auf der Seite 2 der htr bekanntgegeben. Wie schon bei der ersten Ankündigung erwähnt, baut der Kriterienkatalog im wesentlichen auf dem Öko-Handbuch des Schweizer Hotelier-Vereins SHV «Natürlich erfolgreich» auf. Prämiert wird das «Öko-Hotel des Jahres». Die besten in den übrigen Kategorien (Stadthotel, Ferien-/Saisonhotel, Garni, Landgasthof) erhalten je einen Spezialpreis. Ausserdem wird ein «Innovationspreis»

für die innovativste Problemlösung im Bereich Ökologie vergeben. Die Preise werden an der «3. Tagung Umwelt und Tourismus» des Verkehrsverbandes Graubünden und des SHV am 1. Dezember 1994 in Landquart vergeben.

REKLAME

...fleisch
...hamburger
...wurst etc.

voilà mérat

mérat + Cie AG
mühlemattstrasse 55 3000 bern 14
tel. (031) 372 44 44, fax (031) 372 45 00

MIXED-PICKLES

Kochen als Kunstgattung

Die Frankfurter Kunsthochschule (Städelschule) ist die erste Kunsthochschule der Welt, die Kochen als geltende Kunstgattung in ihr Unterrichtsprogramm aufgenommen hat. Hinter der Initiative steht natürlich Peter Kubelka, dieser Wiener Kulturphilosoph, der das Kochen als Beginn einer poetischen Weltveränderung durch die Menschen auffasst. Sein Manifest: «Kochen ist die älteste schöpferische Tätigkeit des Menschen. Speisen, Gedichte oder Musikstücke sind gleichwertige Kunstformen. Gedichte machen, Musikmachen oder Kochen sind gleichwertige Tätigkeiten. Wer kocht ist Künstler.»

Die Gelegenheit zu einer persönlichen Begegnung mit Peter Kubelka bietet das Museum für Gestaltung Zürich an zwei Tagen: Freitag, 15. April, 20 Uhr im Vortragssaal: «Die essbare Metapher. Über das Kochen als Ursprung der Kunst.» Samstag, 16. April, 11 Uhr, Kolloquium im Museumsfoyer. DB

Basler Beizentheater

In den vergangenen Wochen boten die beiden Basler Restaurants Börse und Café Spitz echtes Beizentheater in ihren Sälen. Erst zeigte im Saal der «Börse» eine Theatertruppe einen dramatisierten Text des russischen Autors Dostojewskij. Dann folgte «Hochzeit im Café Spitz», einem Schweizer Musical mit Originalität «Hochzeit in Hägglingen», das zur Freude von Wirt und Hotelier Bodo Strubach zum Erfolg mit ausverkauften Vorstellungen wurde. LA

Joint-Venture zwischen Scana und Hugo Dubno

Die Scana Lebensmittel AG in Regensdorf und die Hugo Dubno AG in Zürich, eine Tochterfirma der Wertheimer Holding AG, haben eine Joint-Venture-Ver einbarung zum 1. Juli diesen Jahres unterzeichnet.

Die auf exklusive Frischwaren wie Kaviar, Pilze, Gänseleber, Geflügel und Lebensmittelspezialitäten ausgerichtete Hugo Dubno AG will damit die bestehende Infrastruktur besser auslasten. Wie die beiden Unternehmen melden, sehen sie in ihrer Partnerschaft eine optimale Ergänzung ihres Angebotes in der Branche. Beide werden weiterhin selbstständig unter ihrem eigenen Namen arbeiten. r.

Billiges Mineralwasser von Vater Staat

Die staatlichen Industriellen Werke Basel (IWB) gehen unter die Mineralwasser-Produzenten: Aus ihren Juraquellen stellen sie neu das «Basler Tafelwasser» her, dem fünf Gramm Kohlensäure zugesetzt wird. Nach dem Filtern wird das qualitativ einwandfreie Wasser in Tankwagen nach Rheinfelden transportiert. In der Brauerei Feldschlösschen wird Kohlensäure zugesetzt und das Wasser in Flaschen abgefüllt. Vorerst soll das billige Mineralwasser (50 Rappen pro Liter plus Depot) in der Verwaltung, in Heimen oder Spitalern verkauft werden. Ab Mai kann das Wasser auch von Privaten harrassenweise bei der IWB bezogen werden. LA

REKLAME

Wenn Sie mehr Gäste aus dem In- und Ausland gewinnen wollen:



IVA AG für internationale Werbung
Mühlebachtstrasse 43, 8032 Zürich
Telefon 01/251 24 50, Telefax 01/251 27 41
Filialen in Lausanne, Chur, Lugano

Rolf Burchard, Ex-Verwaltungsrat der Käseunion

«Die Käseunion muss marktbezogen handeln»

Von Deregulierung und Liberalisierung ist häufig die Rede. Aber die Käsepolitik und den Käsepreis bestimmen letztlich die Interessenvertreter der Milchwirtschaft. Als Konsumentenvertreter sei er am Filz gescheitert, sagt Rolf Burchard, Leiter des Migros Direktionsbereichs Marketing Milchprodukte/Eier, der nach 13 Jahren aus dem Verwaltungsrat der Schweizerischen Käseunion zurückgetreten ist.

Interview:
SILVIA PFENNIGER

Herr Burchard, immerhin haben Sie 13 Jahre im Verwaltungsrat der Käseunion gesessen. Was hat Sie just zu diesem Zeitpunkt bewegt, zurückzutreten?

Im Zusammenhang mit der Kriegswirtschaft hatte die Käseunion durchaus ihre Daseinsberechtigung. Doch inzwischen haben sich die politischen und wirtschaftlichen Verhältnisse stark verändert, und die Käseunion ist in ihrer heutigen Form bloss noch ein Bremsblock. Das aktuellste Beispiel bildet die vom Bundesrat vor einer Woche neu eingesetzte Expertenkommission. Ausser dem Präsidenten, der von aussen kommt, handelt es sich bei dieser Kommission erneut um klare Interessenvertreter aus der Milchwirtschaft. Diesen Entscheid konnte ich nicht mehr mittragen.



Rolf Burchard, Migros Manager und Ex-Verwaltungsrat Käseunion

Foto: zvg

Hat die Käseunion ausgedient? Ist sie überflüssig, wie Eugen Hunziker, Präsident der Migros Verwaltungsdelegation, vor ein paar Wochen feststellte?

Ich meine nicht, dass man so weit gehen müsste, die Käseunion aufzuheben. Aber sie muss marktbezogen entscheiden und die staatlichen Massnahmen müssen abgebaut werden – je rascher desto besser. Dies nicht zuletzt zum Wohle unserer

Landwirtschaft. Zugunsten unserer gesamten Volkswirtschaft müssen die verkrusteten Strukturen aufgebrochen werden. Stattdessen werden bloss kosmetische Teillösungen gesucht. Ich habe versucht, die Interessen der Konsumenten zu vertreten, aber ich bin am Filz gescheitert.

Gab es denn keine Möglichkeit, sich zusammen mit den anderen Konsumentenvertretern durchzusetzen?

Im vierzehnköpfigen Verwaltungsrat der Käseunion sitzen zwölf Vertreter der Milchwirtschaft gegenüber zwei Vertretern von Grossverteilern, das heisst der Coop und der Migros. Mein Platz ist jetzt vakant. Da kann man sich leicht ausrechnen, wie schwach der Stand von seiten der Konsumentenvertreter ist. Ich hoffe aber, dass mein Austritt bewirkt, dass ein Schritt nach vorne getan wird.

Was muss die Käseunion nach Ihrer Meinung tun?

Der Verwaltungsrat und die viel zu vielen Gremien der Käseunion sollten weniger plaudern und mehr entscheiden. Die Anpassung an unsere Zeit müsste viel rascher geschehen. Es ist Zeit, dass auch wir Schweizer realisieren, was uns herum geschieht. Der Milchpreis müsste schneller dem von Europa angepasst werden und nicht erst (ein weiterer Schritt) im Jahre 1996. Ich begreife auch nicht, warum die neue Milchmarktverordnung erst 1997 eingeführt werden soll. Man müsste sofort mit dem Dere-

gulieren beginnen. Das Monopol der Milchverbände über den Rohstoff Milch muss aufgehoben werden. Nachfrage und Angebot muss stimmen.

Würden unsere Bauern dadurch nicht einen allzu grossen Schaden erleiden? Stellt sich die Migros gegen die Bauern?

Nein, überhaupt nicht. Mit den Bauern haben wir ein gutes Verhältnis, betrügt doch unser Anteil am Endrohtrug der Schweizerischen Landwirtschaft rund 28 Prozent. Aber auch die Käsewirtschaft muss sich anpassen. Ich denke, dass durch Direktzahlungen an die Bauern das Problem besser gelöst werden könnte. In Bern wird behauptet, dass man dafür kein Geld habe, aber die indirekte Rechnung zahlt schliesslich auch der Konsument. Zudem ist das Problem nicht nur ein finanzielles.

Wo hapert es denn noch?

Die Hygienevorschriften sind im EG-Raum strenger als in der Schweiz. Hier müssen wir dringend einen Schritt nach vorne tun, wollen wir nicht im Export auf grösseren Mengen Käse sitzenbleiben. Beim Emmentaler haben wir verstärkt auf die Karte Qualität zu setzen, das heisst rund zehn Monate alter, feucht gelagerter Rohmilchkäse. Damit untercheiden wir uns klar vom Ausland, das heisst Frankreich, Deutschland, Finnland etc., die praktisch nur junge pasteurisierte Ware, zu einem merklich günstigeren Preis als die Schweiz produzieren.

Schweizerische Käseunion AG

«Eine geregelte Deregulierung»

Der Fehlbetrag von 497,3 Millionen Franken, den die Schweizerische Käseunion für das Geschäftsjahr 1992/93 ausweist, fordert in einer Zeit der hohen Defizite im Bundeshaus nach Lösungen. Das ist auch dem Verwaltungsrat klar. «Aber statt die Schleusen der Deregulierung vollständig zu öffnen», strebt Präsident Niklaus Kändler eine «kontrollierte» oder «geregelte» Deregulierung an.

Über ein Drittel der Schweizer Milch wurde zum sogenannten Unionskäse (Emmentaler, Gruyère und Sbrinz) verarbeitet. Rund 1100 Käsereien produzieren die über 84 000 Tonnen Hartkäse, welche die Schweizerische Käseunion (SK) im letzten Geschäftsjahr übernommen hat. Davon wurde rund ein Viertel (21 500 Tonnen) in Form von Tafelkäse in der Schweiz verkauft. Etwas über 12 000 Tonnen gingen als Rohware in einheimische Schmelzkäsefabriken. Rund 47 000 Tonnen wurden ins Ausland verkauft. Mit über 55 000 verkauften Tonnen steht der Emmentaler an der Spitze, gefolgt vom Gruyère (rund 24 000 Tonnen), dem Sbrinz (4600 Tonnen). Gegenüber dem Vorjahr wurde die Produktion des Emmentalers leicht eingeschränkt (minus 3,5 Prozent). Hingegen wurden mehr Gruyère (plus 5,5

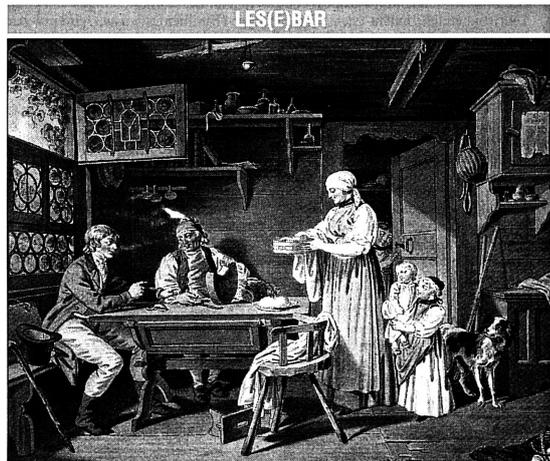
Prozent) und Sbrinz (plus 1,3 Prozent) hergestellt. Die Käseläbe werden nach verschiedenen Qualitäten (Prima-, Sekunda-, Tertia-Qualität) eingestuft und von der Käseunion gemäss der vom Bundesrat festgelegten Preisen entsprechend bezahlt. Übernommen werden nicht nur die qualitativ besten Käse, allerdings gibt es bei minderwertigen Produkten Abzüge vom Übernahmepreis. «Fabriziert eine Käserei über gewisse Zeit hinweg qualitativ ungenügende Käse, kann ihre Produktion so lange eingeschränkt werden, bis die Qualität wieder den Anforderungen entspricht», ist im aktuellen Jahresbericht der Käseunion nachzulesen. Das verschärfte Qualitätsbezahlungssystem für die Käsefabrikanten habe den erwünschten Erfolg gebracht, heisst es weiter. Allerdings seien noch Verbesserungen notwendig, die eine gute Qualitätsentwicklung während der langen Reifezeit gewährleiste.

Beachtliche Werbung

Ein Blick auf die Erfolgsrechnung (1992/93) zeigt beachtliche Public Relations, Werbe- und Verkaufsförderungskosten auf. Allein die Public Relations für den Unionskäse betrug über vier Millionen, erworben wurde im Namen des Emmentalers, Gruyères und Sbrinz im In- und Ausland für über 29 Millionen und für die Verkaufsförderung derselben wurden über 25 Millionen aufgewendet. Die Personalkosten der Käseunion haben sich gegenüber dem Vorjahr leicht auf 15,5 Millionen erhöht. SPF

SCHLEMMERWOCHE

22.03.–09.04.	Spargel-Festival	Aarauhof, Aarau
09.03.–13.04.	Lachsforellenkreationen	Waldhaus Dolder, Zürich
15.03.–15.04.	Fish and Pasta	Restaurant vis-à-vis, Zürich
18.03.–18.04.	Die Aufgestellte Nudeln	Hotel Des Balances, Luzern
08.04.–24.04.	Egli und Forellen Hochzeit	Sonne, Schwarzenburg
29.03.–24.04.	Chinawochen	Waldstätterhof, Brunnen
01.03.–30.04.	Les Bistros de Paris	Gasthof zum Löwen, Obfelden
18.04.–30.04.	Provence	Hotel de la Paix, Lausanne
23.03.–01.05.	Spargeln	Bahnhof Buffet, Basel
22.04.–01.05.	Quinzaine tunisienne	Hotel Chaumont, Chaumont
08.04.–01.05.	La Cuisine Bretonne	Au Parc Hotel, Fribourg
01.04.–01.05.	Spargeln-Walliserweine	Hotel Conti, Dietikon
10.05.–28.05.	Rösti-Wochen	Aarauhof, Aarau
29.04.–29.05.	Spargelschlemmereien	Sonne, Schwarzenburg
25.03.–17.06.	Champagner-Wochen	Hotel Euler, Basel
10.06.–03.07.	Tartar-Variationen	Sonne, Schwarzenburg



Historische Bilder illustrierend das neue Käsebuch. Foto: «Der Sbrinz und die verwandten Bergkäse der Schweiz»

Zur Geschichte des Sbrinz

Der Sbrinz aus der Zentral-schweiz mit seiner granitähnlichen Struktur wurde schon früh vom Export geprägt. Seine faszinierende Geschichte erläutert Alfred G. Roth in seinem neuen Buch «Der Sbrinz und die verwandten Bergkäse der Schweiz». Das Buch ist viel mehr als eine blossе Käsegeschichte. Es gibt auch einen guten Einblick in die Esskultur unserer Vorfahren.

Unter dem Kapitel «Personal» findet man zum Beispiel Angaben über den damaligen «Salzerlohn», den Lohn des Alppersonals und einen aufschlussreichen Wertevergleich. Zum Namen «Sbrinz»: Bereits in einem Dokument von 1530 weist der Autor die Bezeichnung «Brientzer käss» nach, dessen Herstellung im 17. Jahrhundert von Unterwalden über das ganze Berner Oberland bis ins Saanenland verbreitet war. Dieser Hartkäse wurde «z Brien» gesammelt und zuerst auf der Grimsel-Gries-Route nach Italien exportiert. Der Name «Sbrinz» ist also eine geographische Bezeichnung, weist Roth nach. Wie der Käseherr jeweils seine Söhne und Einkäufer Mitte August instruierte, erfährt der Leser im ausführlichen Zitat aus Gotthelfs «Vehfreude». Gotthelfs Beschreibung von den «Herren, die mit aller Sorgfalt ihre grosse Sachegelehrsamkeit, das heisst Käsekenntnis an den Tag legen, und eben dadurch verriethen, dass sie Neulinge waren», hat auch heute nicht an Aktualität verloren. Wie so manches aus unserer Kulturgeschichte, das im Buch «Sbrinz» sorgfältig recherchiert und aufgetischt wird. SPF

Alfred G. Roth, der zusammen mit seinem Bruder ein halbes Jahrhundert die von seinem Vater 1848 gegründete Käseexportfirma in Burgdorf geführt hat, geht in seinem neuen Buch nicht nur dem Namen des Sbrinz, sondern auch der Herstellungsgeschichte und der Herstellung über Jahrhunderte nach. Er präsentiert auch unzählige neue Quellen, die Einzelheiten über die Märkte, den Transport und die Transportwege, den Handel mit Sbrinz und gibt Einblick in frühere Preisstrukturen. Er zeichnet ein facettenreiches Bild über die wirtschaftliche und die volksculturelle Bedeutung dieses traditionsreichen Käses. Roth sucht selbst das soziale Umfeld, in welchem sich die Menschen bei der Fabrikation, der Lagerung und der Pflege des Käses bewegten, genau mit Daten zu erfassen.

Das Buch «Der Sbrinz und die verwandten Bergkäse der Schweiz» von Alfred G. Roth wurde mit der Unterstützung von der Schweizerischen Käseunion AG, Bern herausgegeben und kann bis Ende 1994 zum Subskriptionspreis von 80 Franken. Verlag ED Emmentaler Druck AG, 3550 Langnau bestellt werden.

FIRMEN BERICHTEN

Hüftstaubsauger für bewegliches Reinigen

Der kompakte und leistungsstarke Hüftstaubsauger UZ-964 erleichtert alle Reinigungsarbeiten. Er lässt sich bequem auf den Hüften tragen und schont Schultern und Rücken. Das An- und Abschalten ist kinderleicht. Der verstellbare Traggriff passt für jedermann, ob gross oder klein, ob Links- oder Rechtshänder. Das schnell auswechselbare Zubehör ist am Traggurt befestigt. Ein 15 Meter langes Kabel sorgt für einen grossen Aktionsradius. Bewegungsfreiheit und hohe Saugleistung erlauben ein problemloses Reinigen schwer zugänglicher, oft vernachlässigter Stellen, die mit anderen Saugern nicht erreicht werden. Weiter eignet sich das Gerät für die Reinigung von Vorhängen, Polstermöbeln und Gestellen. Es ist kompakt, geräuscharm und wiegt nur halb soviel wie ein konventioneller Staubsauger. Der UZ-964 ist umweltfreundlich und besitzt ein dreifaches Filtersystem.

Weitere Auskünfte: Electrolux AG, Industriestrasse 10, 5506 Mägenwil, Telefon 064 56 93 66, Fax 064 56 93 50.

Coca-Cola und Nestlé lancieren Eistee

Nestea ist das erste, weltweit lancierte Produkt aus der Zusammenarbeit der beiden Weltfirmen Nestlé und Coca-Cola. Der neue Eistee ist ein konsumfertiges Erfrischungsgetränk mit natürlichem Tee-Extrakt ohne Kohlensäure und in zwei verschiedenen Geschmacksrichtungen erhältlich: Nestea Original mit Zitronengeschmack und Nestea mit Pfirsichgeschmack. Den neuen Eistee gibt es im 0,25 Liter- oder im 1 Liter-Tetrapack. Nestea Original ist ausserdem im Offenausschank sowie in der 0,33 Liter Dose erhältlich.

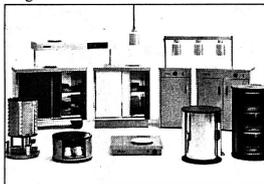


Der Eisteeboom boomt, 1992 tranken in der Schweiz 60 Prozent der Jugendlichen zwischen 10 und 19 Jahren regelmässig Eistee. Dass Eistee im Trend liegt, beweist zudem die Tatsache, dass der Schweizer Eisteeboom 1992 gegenüber 1991 mit plus 15 Prozent eine überdurchschnittliche Zunahme verzeichnete und bereits 30 Prozent des Schweizer Süssgetränkemarktvolumens erreicht hat. Für die Zukunft werden ebenfalls zweistellige Zuwachsraten erwartet.

Weitere Auskünfte: Coca-Cola AG, Postfach, 8048 Zürich, Telefon 01 492 48 80, Fax 01 493 22 54.

Teller- und Tassenwärmer mit System

Heisse Speisen auf kalten Tellern angerichtet, verderben die Lust aufs Essen. Verschiedene Problemlösungen zum Thema «Speisen heiss serviert» bietet Bilco-Schwabenland, Exklusiv-Vertretung der Scholl Tellerwärmeschränke.



Vor allem freistehende und fahrbare Wärmeschränke, mit oder ohne beheizbare Deckplatten sind einzigartig von Scholl und passen in jede Art von Restaurants. Platzsparende runde Wärmeschränke für Buffets sind ebenfalls in verschiedenen Dekors und teilweise mit transparenten Schiebetüren erhältlich.

Weitere Informationen: Bilco-Schwabenland AG, Hardgutstrasse 16, 8010 Zürich, Telefon 01 491 26 06, Fax 01 492 78 25.

Bund unterstützt Heizen mit Wärmepumpen

Die Wärmepumpen-Heizung hat zahlreiche Vorteile. Daher wird sie vom Bund entsprechend gefördert. Seit 1. November 1993 werden nicht mehr bis 4900 Franken, sondern neu bis 6750 Franken (270 Franken pro Kilowatt Heizleistung) für die Sanierung von bestehenden Heizsystemen mit Wärmepumpen ausbezahlt.

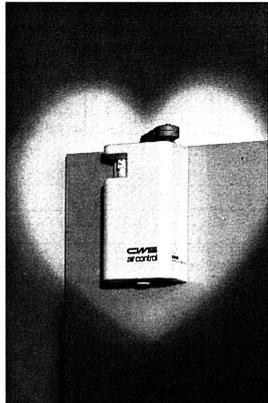
Das Interesse an zeitgerechten, umweltfreundlichen Heizmethoden hat in den letzten Monaten merklich zugenommen. Zurückzuführen ist dies neben den finanziellen Beiträgen, die der Bund an die Sanierung von bestehenden Heizungen durch Wärmepumpen gewährt, auch auf die intensivierte Aufklärungs- und Informationstätigkeit der neuen Fördergemeinschaft Wärmepumpen Schweiz FWS. So will beispielsweise die neue Informationsbroschüre «Die Wärmepumpen-Heizung», die gratis bezogen werden kann, offene Fragen beantworten, informieren und aufklären.

Und weil bei Anwendern, Architekten und Installateuren noch etwas das Vertrauen in die Betriebssicherheit und Leistungsfähigkeit von Wärmepumpen fehlt, wurde in Winterthur-Töss das erste schweizerische Testzentrum für Wärmepumpen eröffnet.

Weitere Auskünfte: Informationsstelle FWS, Postfach 298, 3000 Bern 16, Telefon 031 352 11 13.

Duftnote für Toiletten im Komplettservice

Nasenrumpfen in vielen Toiletten- und Waschräumen: In der Gastronomie oder im Betrieb riecht es um so unangenehmer, je häufiger die sanitären Einrichtungen benutzt werden.



Als kostengünstige und zuverlässige Lösung bietet CWS das neue Air control II-System an: Über das Öffnen der Toiletentür wird ein unauffällig in Türnähe installierter Spender aktiviert. Zeitverzögert, um jede Belästigung auszuschliessen, zerstäubt er nur eine geringe Menge einer Neutralisatorflüssigkeit. Die schlechten Gerüche werden sofort zersetzt. Als Langzeitwirkung bleibt ein zarter Parfümduft zurück, wahlweise in den Duftnoten «Fleur», «Tabac» oder «Neutralight». Das Gerät funktioniert ähnlich wie ein Parfümflakon und benötigt weder Strom noch Treibmittel. Der CWS Kundendienst installiert es und sorgt in regelmässigen Abständen für ständige Betriebsbereitschaft. Frische Raumluft ist jederzeit garantiert.

Weitere Auskünfte: CWS AG, Industriestrasse 20, 8152 Glattbrugg, Telefon 01 809 37 77, Fax 01 810 32 77.

Erfolgszelt!



Erfolg für Ihre Gartenterrasse, Präsentationen bei Sonne, Wind und Regen.

Verlangen Sie Unterlagen bei:



zebrazelt ag

Oberfeldstrasse 342 5722 Gränichen
Telefon 064 / 310 410 Telefax 064 / 317 442
• Bar-, Party- und Festzelte für 100-3000 Personen
• Einrichtungen und Mobilbar • Festorganisationen
• Vermietung und Verkauf

Name/Vorname _____ PLZ/Ort _____
Strasse _____

WEBEREITANNEGGAG



Frottierwaren ab Fabrik

- Badetücher, Duschetücher
- Handtücher, Gästetücher
- Badeteppiche, Lavetten
- mit und ohne Einwebungen

Textilagentur P. Wagner
Zellweg 1381, 9056 Gais
Telefon 071 93 28 48
Fax 071 93 20 19



Wir sorgen für Wärme



Tellerwärmer

LÜKON PAUL LÜSCHER WERKE AG CH-2575 TÄUFELLEN
TELEFON 032 86 15 45 TELEFAX 032 86 23 60

Hotel Management Educators to the world

INTERNATIONAL BACHELOR'S DEGREE IN HOTEL MANAGEMENT

A fully transferable Hotel Management Educational Programme that has earned global recognition

After 2 1/2 years of study at one of our highly respected residential Hotel Management Schools in Australia, Greece or Switzerland – transferring freely between them as you wish – Graduates will gain the world-renowned Swiss IHTTI-Diploma. They may then continue their studies at IHTTI in Neuchâtel and earn the Bachelor's Degree in Hotel Management conferred by Bournemouth University, a National British University.

Students graduate with qualifications that have international recognition leading to key Management positions in the worldwide Hotel Industry.

For further information and application, please contact:

<p>The Blue Mountains International Hotel Management School P.O. Box 851, Pymble, Sydney, NSW 2073, AUSTRALIA Phone: 61-2-988 4188, Fax: 61-2-988 3476.</p>	<p>IHTTI SCHOOL OF HOTEL MANAGEMENT NEUCHÂTEL P.O. Box 171, CH-4006, Basel, SWITZERLAND Phone: 41-61-312 3094, Fax: 41-61-312 6035.</p>
---	---

Associate Institutes of IHTTI Switzerland

Grösste Auswahl in der Zentralschweiz

WIR-Anteil 30%



6280 Hochdorf 041-888 13 37
Senpachstrasse 14

- Vorhang-Atelier
- Teppiche
- Polsterei
- Sitz- und Bankkissen
- Bettwaren
- Tischwäsche

minigolf plant und baut

Ausführung mit ortsansässigen Kräften.

Alle Systeme (unverbindliche Beratung)



6130 Willisau Täfelsbach 4
Tel. 045/81 08 08

100% WIR

300 000 Servietten 2lagig, 40/40 braun 1/8-Falz
400 000 Servietten 3lagig, 40/40 braun 1/4-Falz
300 000 Servietten 3lagig, 40/40 blau 1/4-Falz
130 000 Servietten Vlies, 40/40 braun 1/4-Falz
200 000 Sets Vlies, 28/40 in 7 Farben
4 Millionen Papierhandtücher hochweiss, C-falz
22 000 Toilettenpapier Krepp, 250 Cps. weiss

Telefon 061 35 21 04

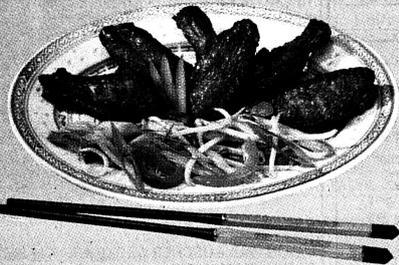
100% WIR

Fr. 65.- p. 1000
Fr. 69.- p. 1000
Fr. 69.- p. 1000
Fr. 160.- p. 1000
Fr. 130.- p. 1000
Fr. 15.60
Fr. 45.- p. 100 Rollen

zuzüglich, 6,4% WUST
ab Fr. 500.- franko Domizil

Chinatown à la Carte!

Chicken Wings



Gebratene CHICKEN WINGS, mariniert in einer pikanten Sauce nach altem Chinesischen Rezept. Servieren Sie die Pouletfüggel zum Apéro oder als Hauptpeise mit asiatischem Reis und Chinagemüse.

Wir verarbeiten Geflügelfleisch zu köstlichen Convenience-Produkten in verschiedensten Kreationen. Fordern Sie Unterlagen über unser gesamtes Produktsortiment an oder senden Sie uns Ihre Karte.



Tiefgeföhultes küss gemacht

Root/Schweiz, Tel. 041-91 57 57, Fax 041-91 32 34

PROFESSIONAL MONEY DETECTOR

Das professionelle Geldprüfgerät, welches Sie hundertprozentig vor Fälschungen schützt! Prüft sekundenschnell Banknoten (alle Währungen), Eurochecks, Kreditkarten, Pässe, Briefmarken und anderes. Mit 2 Lampensystemen (UV und Weisslicht). **Fr. 224.-**

NEUHEIT



Ediz Marketing
CH-8001 Thalwil-Zürich
Telefon 01 722 19 30
Fax 01 720 49 01

BON 894551
senden an
diga, Info-Service, 8854 Galgenen
Schicken Sie mir bitte **gratis**
 den 84seitigen Gastro-Katalog

Name _____
Strasse _____
PLZ/Ort _____



Metall und Holz massiv.
Der Preis attraktiv.

Stapelstuhl Code 104 551.
Über Mengerabatte informiert Sie Ihr Fachhändler oder Grossist.



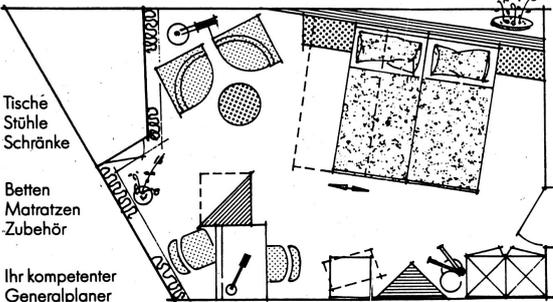
diga ENGROSSMÖBELZENTREN

Grossauswahl auf über 38'000 m² Ausstellungsfläche!

8854 Galgenen/SZ Tel. 055/66 11 11 Ausfahrt Lachen/SZ	4614 Hägendorf/Olten Tel. 062/46 26 41 Industrie Ost	9532 Rickenbach/Wil Tel. 073/23 64 77 neben Waro
6032 Emmen/Luzern Tel. 041/55 10 60 Hasliweg	1701 Fribourg/Nord Tel. 037/26 80 80 Granges-Paccot	8600 Dübendorf/ZH Tel. 01/822 22 26 Industrie Kriesbach

Zeitgemässe Hotelmöblierung

- fantasievoll
- unkompliziert
- kostensparend
- termingerechte Lieferungen in Spitzenqualität



KLEINER HOLZMANUFAKTUREN AG

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

HOTELZIMMER RADIO - TV

UKW oder Telefonrundspruch mit oder ohne Weckuhr, auch als Einbauchassis erhältlich.

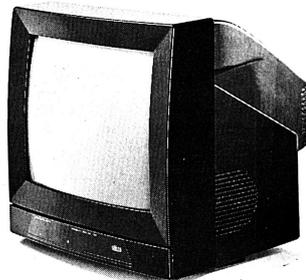
Farbfernseher mit oder ohne UKW-Radio (9 Programme UKW)

Ausführliche Unterlagen und individuelle Beratung:

Hotellkommunikation Paul Welker
Postfach, 8305 Dietlikon

Tel. (01) 833 05 58, Fax (01) 833 05 18

SELECO - PHILIPS - GRUNDIG - BLAUPUNKT - NOKIA



51895/197467



Bei Ihrem Getränkelieferanten

Profitieren Sie!
Vom 1.-30. April 1994:

10 Rappen Preisreduktion pro

15 Rappen Preisreduktion pro

Pepsi	33 cl PET
Pepsi Light	33 cl PET
Orangina	33 cl PET
Elmer Citron	33 cl PET
Schweppes Tonic	33 cl PET
Schweppes Grapefruit	33 cl PET
Schweppes Lemon	33 cl PET
Canada Dry	33 cl PET
Fontessa Elm	33 cl PET
Arkina Yverdon	50 cl PET
Queen's Ice Tea	im Kleingebinde
Queen's Ice Tea	100 cl Tetra Brik



unifontes

Hotel Kempinski Airport, München

Ein futuristischer Architektur-Gigant

Schon vor seiner Eröffnung wurde das neue Kempinski Airport Hotel am Münchner Flughafen in das Buch der interessantesten Designer-Hotels der Welt aufgenommen. 18 000 Quadratmeter Glas und Aluminium bilden seine Fassaden, umhüllen 38 300 Quadratmeter Fläche – und im Vorfeld entstehen schlossähnliche Gärten.

MARIA PÜTZ-WILLEMS

Ein Stararchitekt hat es gebaut: der Deutscher Amerikaner *Helmut Jahn* aus Chicago (er baute auch den Frankfurter Messeturm). All das beflügelte das Kempinski-Management zum Motto «Fliegen, tagen und entspannen liegen himmlisch nah zusammen».

Das Motto ist «Zitat zur Architektur», und jene «zitiert» ausschließlich Assoziationen zum Fliegen. Superlative prägen den Stahl-Glas-Koloss auf der grünen Wiese. 343 Zimmer und 46 Suiten stecken in zwei parallelen, langgestreckten Rechtecken. Das gigantische Vakuum dazwischen nennt sich dieses Mal zu Recht Hotel-Halle, ist in 24 Metern Höhe überdacht von einem sich aufblühenden Segel aus Stahl und Glas.

Transparenz ist alles

Transparenz ist alles, aber blickt der Gast durch? Aus der Lobby sieht er jedenfalls alles: die Rollbahn des Flughafens, den Himmel, den Tower und den Garten. Raumgrenzen verschwimmen, selbst die gläsernen Wände der Bettenränge geben keinen optischen Halt. Gegen den Himmel, weit hinein in die luftigen Höhen der Hotelhalle, recken sich Plastikpalmen. Zu ihren Füßen ranken sich knallrote italienische Designersesselchen und aus pyramidenförmigen Gerüsten wie groben Drahtkäfigen wuchert zaghaft



Das Airport Hotel ist der 17. Kempinski-Betrieb und gleichzeitig das erste Flughafenhotel für die deutsche Hotelgruppe. Foto: Maria Pütz-Willems

Grünes. Diagonal durch die Halle ziehen sich zudem hohe, schmale Glasvitri- nen:

auf sechs Etagen stehen, einträchtig Seite an Seite, rot leuchtende Geranien –

Hightech aus Glas und Stahl sucht Kontraste, möglichst «natürlich». Das 17. Haus der deutschen Kempinski-Gruppe ist ihr erstes Flughafenhotel und sprengt jede herkömmliche Assoziation zur Grand Hotellerie. Der amerikanische Touch ist unverkennbar. Stararchitekt Jahn hatte zuerst zugesagt, kam dann doch nicht und schickte *Rainer Schildknecht* zum Erklären. Der Senior Vice President der Murphy/Jahn-Gruppe aus Chicago stellt das Airport Hotel in seinen grossen Zusammenhang. «Diese Architektur ist ohne Zweifel flughafenspezifisch», sagt er. «Ein Stadthotel hätte niemals diesen Platz und ist meist auch nicht so landschaftsbezogen».

Teil der Flughafenstruktur

Das Hotel ist Teil der Flughafenstruktur, Teil seiner Dienstleistungszone und Teil der Landschaft. Von den Terminalgebäuden unterscheidet es sich allein durch seine Geschosshöhe (vier gegenüber zwei Ebenen), «folglich bilden die Hotelgebäude mehr Wände und schaffen mehr Platz», erläutert Rainer Schildknecht. In der neutralen Flughafenzone sei es wichtig, Mittelpunkte wie die Hotelhalle zu schaffen, aber auch Plätze zum Verweilen zu markieren: Das Kempinski Airport erhält als erstes Flughafenhotel der Welt geometrische Gärten, die an die Schlösser des 18. Jahrhunderts erinnern. Säuleneichen, niedere Hecken, Alleeabäume, Lichtgräben, Kies- und Steinflächen und Knötchen, der die pyramidenförmigen «Kunstbäume» aus Stahlrastrerwerk umschlingt, werden die 16 750 Quadratmeter Landschaft um den Hotelkomplex herum gliedern. Die gläserne Lobby verstehen die Architekten als eine nahtlose Fortsetzung der Landschaft von aussen nach innen, ihre Transparenz als Chance, den «Massstab» zu erkennen, den diese Halle setzt.

Schnörkellose Architektur

Die Aufgabe des Innenarchitekten war es

nun, angelehnt an die Jahn'schen Ideen «eine schnörkellose Ästhetik zu finden, die auf das Gebäude respektive seine Funktionen Rücksicht nimmt.» *Jan Wichers* suchte nach schwebendem, leicht wirkendem Mobiliar – und fand für den Wartebereich rund um die Rezeption Sitzmöbel mit geschwungenem Rücken, die an Flügel erinnern. Er fand knallrote, zu Schnecken modellierte Sitzbänke und ebenso leuchtende Designersesselchen als kessen Kontrast zur coolen Chrom-Bar in der Lobby. Wichers weiter: «Sie sehen, die Idee des Fliegens dekliniert im Restaurantteil, in den unterschiedlich abgehängten Raumflügeln.» Bistro-, Büffet- und Gourmet-Atmosphäre treffen dort aufeinander, räumlich getrennt mal durch Glas, mal durch Holz. Die Aperitif-Bar im Feinschmecker-Treff windet sich davor wie das «Innenleben einer gläsernen Turbine». Selbst in Restaurantnamen wie «Charles Lindbergh» steckt die Verbindung zum Fliegen. «Dekorative Zitate» zum Fliegen wie Pilotenkappen oder Holzpropeller sucht der Gast indessen vergebens. Jan Wichers ist überzeugt: In all diesem stecken die Wünsche und Sehnsüchte des Reisenden. Es soll unterdessen Airport-Hotel-Gäste geben, die sich im Hotel nichts sehnlicher wünschen, als nicht mehr ans Fliegen erinnert zu werden.

Hotel Kempinski Airport München

Baukosten: 150 Millionen Mark. 343 Zimmer und 46 Suiten. Einführungspreis: 199 Mark inklusive Frühstück für das Einzel- und Doppelzimmer; reguläre Raten: 210 bis 290 Mark plus Frühstücksbüffet 26 Mark. Businesscenter, 10 Konferenzräume, 1 Ballsaal (bis 400 Personen). Fitness- und Badelandschaft.

Werner Knechtli, Direktor SAS-Portmann-Hotel, London

«Kostendruck, ein kapitales Problem der Hotellerie»

Werner Knechtli ist der einzig übriggebliebene Schweizer Hotelier in London. Trotz dem Scheitern von Alcazar ist der Hotelmanager des SAS Portman überzeugt, dass sich die Marketingkooperation mit Swissôtel auszahlen wird. Als grösstes Problem für die Zukunft betrachtet Knechtli den Kostendruck, der sich immer stärker auf der Ertragsseite auswirkt.

Interview: STEPHAN WEHRLE, LONDON

Herr Knechtli, wie kommt ein Schweizer Hotelmanager zu einer skandinavischen Kette in London?

Bei einem früheren Engagement in Saudi Arabien bin ich fast zufälligerweise zur SAS-Gruppe gestossen und habe in der Folge das SAS-Hotel in Kuwait übernommen. Den Standort Kuwait wählte die Gruppe, weil dies damals eine bedeutende Destination der skandinavischen Airline war. Via Kopenhagen und

Brüssel, wo ich das Projekt eines 300-Zimmer-Neubaus geleitet habe, bin ich in London gelandet.

War für Sie die emotionelle und marketing-spezifische Verflechtung zwischen Swissôtel und SAS ebenfalls ausschlaggebend?

Selbstverständlich war dies ein Grund, nicht zuletzt deshalb, weil die beiden Ketten auch schon vor Alcazar Synergien im Marketing geschaffen haben. Dazu kommt, dass SAS seit Jahren auf Schweizer Management-Know how zurückgreift und mit Kurt Ritter zur Zeit auch den Präsidenten stellt. Ob der Schweiz-Bonus noch lange von Nutzen sein wird, ist allerdings fraglich.

Indirekt sind Sie ein Vertreter der Schweizer Hotellerie, da Swissôtel in London nicht über ein eigenes Hotel verfügt. Profitieren Sie davon, zum Beispiel in Zusammenarbeit mit Schweizer Reiseveranstaltern?

Bis jetzt leider noch nicht im gewünschten Ausmass. Aber die Marketingkooperation beginnt jetzt langsam zu greifen. So haben wir im März eine Basler Filmcrew zusammen mit Crossair-Vertretern zu Gast, welche in Wien und in London City-Porträts realisieren und in diesem Rahmen auch unsere Hotels vorstellen werden.

In Grossbritannien spricht man seit Monaten von wirtschaftlichen Aufschwung. Ihre Gästestruktur rekrutiert sich jedoch vor allem aus Ländern, die noch von der Rezession geprägt sind. Wie charakterisieren Sie das vergangene Jahr in London?

1993 verlief eindeutig besser als 1992 mit den Golfkrieg-Spätfolgen. Wir hatten letztes Jahr mehr Gäste, ohne allerdings den Umsatz bedeutend erhöhen zu können. Im Klartext: Der durchschnittliche Zimmerpreis ist als Folge der verschärften Wettbewerbsbedingungen in London erneut gesunken. London ist zum Käufermarkt geworden. Sowohl im

Business- als auch im Leisurebereich braucht heute alles auf Discountpreisen und Spezialarrangements. Dies wirkt sich immer stärker auf der Ertragsseite aus.

Was bedeutet das im täglichen Management eines Hotels?

Nichts anderes, als dass wir viel flexibler agieren müssen und mit allen Mitteln versuchen, diese Entwicklung zumindest durch ein hohes Volumen zu kompensieren.

Mit welchen konkreten Massnahmen können Sie mehr Volumen erzielen? Hauptsächlich in Zusammenarbeit mit der Fluggesellschaft SAS. So offerieren wir beispielsweise ein Wochenend-Paket, in welchem die Hotelübernachtung im Flugpreis inbegriffen ist. Auch die zunehmende Zahl der Frequent Flyer, die den Bonus des Mileage-Programms kassieren, füllt unser Hotel an Wochenenden. Zusammen mit Swissôtel haben wir

zudem die Aktion 65 Plus lanciert, welche den Personen ab dem 65. Altersjahr eine Preisreduktion von 65 Prozent gewährt. Im Seniorenmarkt liegt ja bekanntlich ein riesiges Potential und diese Zielgruppe diejenige mit dem schnellsten Wachstum.

Die Luxusklasse wurde von der Rezession nicht stark getroffen, aber das Bedürfnis nach 3-Stern-Hotels steigt. Wird ein 4-Stern-Haus nicht zu einem problematischen Zwischending?

Auf keinen Fall. Wir positionieren uns ganz bewusst in diesem Bereich, weil dies vor allem dem Businesskunden entgegenkommt. Dazu die Parallele zur Fliegerei: Die Businessklasse ist heute die am härtesten umkämpfte Kategorie.

Welches sind die besonderen Stärken eines SAS-Hotels?

Die Stärke ist ganz eindeutig die Beziehung zur Airline. Die Loyalität der SAS-

Flugkunden überträgt sich automatisch auf die Gästestruktur. Die Zugehörigkeit zu einer Airline ermöglicht uns, Dienstleistungen zu erbringen, die ein anderes Hotel nicht anbieten kann; beispielsweise ein Check-in für einen bevorstehenden Flug.

Trotz positiven Prognosen für das laufende Jahr steht die Hotellerie im Zeichen von Sparmassnahmen und teilweise Leistungsseinbussen. Werden die SAS-Hotels in die Sparprogramme der Airline eingebunden?

Auch bei uns stellt sich die kapitale Frage, wie wir die operationellen Kosten senken können. Das Kostensenkungsprogramm bei SAS sieht vor, dass beispielsweise jedes Hotel zehn Prozent mehr produzieren muss, als dies im Budget vorgesehen ist. Die Massnahmen sollen hinter den Kulissen stattfinden und den Gast nicht tangieren.

Wie können Sie ohne Leistungsabbau sparen?

Indem wir im Managementbereich einige Umstrukturierungen in die Wege geleitet haben. Konkret heisst dies, dass wir unsere Hierarchiepyramide verflacht, unnötige Titel abgeschafft und dem einzelnen Mitarbeiter mehr Eigenverantwortung übertragen. Ein grosses Sparpotential beinhaltet auch der Food&Beverage-Bereich, wo wir die ganzen Küchenabläufe und die verschiedenen Foodkonzepte neu überdenken mussten. Obschon wir uns ganz klar gegen Entlassungen ausgesprochen haben, möchten wir langfristig mit 30 Prozent weniger Personal die gleichen Umsätze wie heute erzielen.

Also mehr Leistungsdruck für den einzelnen Mitarbeiter?

Mehr Leistungsdruck, aber auch mehr Motivation durch Eigenverantwortung. Potentiellen Einsteigern in das Hotelbusiness kann eine Hotelkette wie SAS dafür die Möglichkeiten von internationalen Erfahrungen und ein Netz an fortschrittlichen Sozialleistungen bieten.



«Die Loyalität der SAS-Flugkunden überträgt sich auf die Gästestruktur», sagt Werner Knechtli, Direktor des «SAS-Portmann», London. Foto: Stephan Wehrle

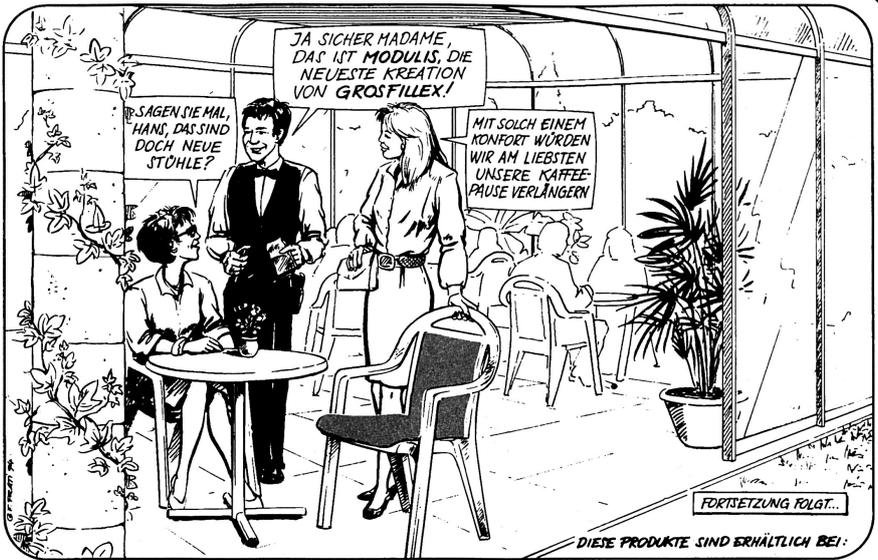
Kaufe
alte **Wirtschaftstische**
und **-stühle, Saalbestuhlungen**
und
Gartenmobiliar
(alles mind. 50 Jahre alt).
Zahle bar.
Telefon 01 261 81 53
01 383 38 23

Tischdecken + Servietten
Unsere Preise:
Tischdecken weiss, uni
120 cm x 120 cm, Fr. 18.40 Jacquard Fr. 22. 10
160 cm x 120 cm, Fr. 21.80 Jacquard Fr. 23. 80
160 cm x 160 cm, Fr. 26.80 Jacquard Fr. 32. 80
Servietten weiss, uni
45 cm x 45 cm, Fr. 2.95 Jacquard Fr. 3. 60
Auch in Ihren angepassten Farben erhältlich.
Alle Sets in 100% Baumwolle.
Mehr Informationen:
Textrem Handels GmbH
6301 Zug
Fax 01 826 64 03

Beschriftungen
Selbstklebend
+ Folien, wasserfest
für innen + aussen.
5722 Gränichen
für jeden Zweck! ☎ 064 31 25 02 ☎ 064/31 38 78

Infolge Fremdvergabe der Wäsche
günstig zu verkaufen:
Muldenglätmaschine (2 Mulden)
Walzenlänge 220 cm, Ø 41 cm
elektr. Kontaktöheizung 72 kW
Spannung 3 x 380 V
Marke Gleis - Jahrg. 1982.
Interessenten melden sich bitte bei
Herrn A. Faulhaber, Leiter techn.
Dienste
Hochbergsklinik Davos Wolfgang
Telefon 081 417 44 44

Grosfillex®
GROSFILLEX SUISSE SA. Tel.: 022/776 44 11 - Tel.: 01/342 33 60 - Fax: 022/776 39 51 - Fax: 01/342 20 12



BÄTTIG AG: Tel.: 072/65 16 46 - Fax: 072/65 10 06 • BEARD SA: Tél.: 021/964 31 11 - Tel.: 01/483 03 03 - Fax: 021/964 35 85 - Fax: 01/481 61 02 • DECARTE MEUBLES: Tél.: 026/44 35 44 - Fax: 026/44 35 50 • EISEN & KOHLEN: Tel.: 036/22 33 12 - Fax: 036/23 23 12 • EQUIP MOBILIA AG: Tel.: 01/720 12 12 - Fax: 01/720 50 25 • GROGG METALLBAU AG: Tel.: 063/22 15 71 - Fax: 063/23 24 80 • HEIM H. & J. SA: Tel.: 093/67 62 01 - Fax: 093/67 62 08 • RODECOR: 061/78 48 66 • SCHAFFNER: Tél.: 021/807 32 93 - Fax: 021/807 35 49 • VICTOR MEYER: Tel.: 01/272 04 54 - Fax: 01/271 13 94 • VON MOOS SPORT & HOBBY: Tel.: 041/22 13 13 - Fax: 041/22 06 17

Die billigsten Ravioli in der Schweiz!

200'000 Packungen

Ravioli «IL CASALE» mit Fleischfüllung 250 g



Probierpreis!

1.45

statt 2.90



Neu bei Denner!

Der Artikel ist auch bei den selbständigen DENNER Satelliten Detaillisten erhältlich!
Gültig ab Do.-14/7.4.94

Wir sind immer billig!

DENNER
SUPERDISCOUNT

Havas«Business Travel International» (BTI)

Joint Venture ist zuwenig

Der französische Reiseriese Havas, der wie Kuoni dem Joint-Venture Business Travel International angehört, denkt seit der Hochzeit von Wagonlit mit Carlson scharf nach. Als grösste französische Agenturkette muss Havas bald reagieren: statt Joint Venture ein Zusammenschluss?

KATJA HASSENKAMP, PARIS

Havas Voyages setzte 1993 rund 7,7 Milliarden Francs (2 Milliarden Franken) im Reisegeschäft um. Eine Franken-Milliarde davon stammt aus dem Geschäftsreise-sektor. Nach der Grosshochzeit der franko-belgischen, aber international tätigen Wagonlit mit der amerikanischen Reisebüro-Kette Carlson muss sich auch Havas Gedanken über seine Business-Zukunft machen. Havas-Präsident *Christophe Carpentier* dachte kürzlich in einem Interview mit der französischen Wirtschaftszeitung *Les Echos* laut darüber nach, wie seine französische Firma dem neuen euro-amerikanischen Busin-

ess-Riesen Wagonlit/Carlson begegnen kann.

«Business Travel International»

Dabei sprach Carpentier vor allem von der bisher relativ losen Joint-Venture-Unternehmung «Business Travel International» (BTI). Havas war ihr 1990 beigetreten. Es gehören ihr ausserdem so schmutzige Namen wie Kuoni, Hapag Lloyd und Hogg Robinson an. Havas sei mit der Zusammenarbeit innerhalb des kommerziellen BTI-Bündnisses durchaus zufrieden, was Kontingente-Einkauf, EDV-Entwicklungen und ähnliches betrifft. Doch möchte Carpentier denkbaren Veränderungen in der BTI-Zusammensetzung vorbeugen, denn das Ausschieren eines der grossen europäischen Vermittler brächte den Joint Venture arg durcheinander, wenn nicht zu Fall. Um einem solchen Auseinanderdriften vorzubeugen, stellt er Überlegungen an, wie die europäischen Partner des BTI enger aneinander gebunden werden könnten. Eine Fusion der drei grossen Europäer Hapag Lloyd, Hogg Robinson und Havas Voyages auf dem Business-Travel-Sektor binnen der nächsten fünf Jahre scheint Carpentier wünschenswert.

BTI-Umsatz von 3 Mrd. Fr.

So ein BTI-zusammengeschlossener Euro-Commercial-Riese käme auf ein Umsatzvolumen von rund drei Milliarden Schweizer Franken, was angesichts der rund zehn Milliarden Dollar Umsatzschätzung von Carlson/Wagonlit immerhin kein Leichtgewicht mehr darstellt. Dabei wären gemäss Carpentier die Mutterfirmen Havas, Hogg Robinson etc. durch Managementverträge an den «Euro-BTI» gebunden. Mit anderen Worten, im Tourismus/Urlaubsreise-sektor blieben sie unabhängig voneinander. Der Havas-Präsident glaubt, dass das Urlaubsgeschäft nach wie vor länderweise gemanagt werden muss, da es viel mehr nationale Eigenheiten zu berücksichtigen hat als das international recht ähnlich liegende Business-Travel-Geschäft.

American Express Corporation

Plastikarten-Löwe zeigt Zähne

Seit bald 100 Jahren verkauft die Amexco Traveler-Checks. Im Agenturgeschäft wuchs das integrierte Reiseunternehmen erst während den achtziger Jahren zu einem unübersichtlichen Konglomerat, da der Geschäftsreiseverkehr mit zweistelligen Wachstumsraten zugenommen hat. Den Agenturen erwächst ein neuer Konkurrent.

CLAUDE CHATELAIN, NEW YORK

Die American Express Corp. hat in den fetten achtziger Jahren, vor allem wegen dem Boom im Commercial-Geschäft, eine Grösse erreicht, die nun manchen Mitbewerber hellhörig gemacht hat: die Konkurrenz wie Wagonlit und Carlson haben sich bereits zusammengeschlossen (siehe *htr* vom 17. März). Noch schlimmer: Nicht nur mit der Grösse des Filialnetzes, sondern auch mit der Stärke im Kreditkartengeschäft spielt der Reiselöwe Amexco erst seine volle Macht aus.

Mehr Kommissionsgeschäfte

Nach Firmenangaben verkaufen die Amexco-eigenen Reisebüros im vergangenen Jahr für acht Milliarden Dollar Airlinetickets, Hotelübernachtungen, Mietwagen und Kreuzfahrten. 10 bis 12 Prozent davon floss als Kommissionser-



Amexco als aufwachsender Löwe im Reisegeschäft: Nach dem Zusammenschluss von Wagonlit/Carlson wird Amexco seinen Plastikarten-Trumpf noch gezielter einsetzen.

Foto: zvg

Corporate Accounts: Jagd nach Firmenaufträgen

Auf der zunehmend härter werdenden Jagd nach «Corporate Accounts» (Firmen-Reiseaufträge) hat American Express mindestens zwei Pfeile im Köcher: das Reiseumagement als separate angebotene Dienstleistung und die Corporate Card als integrierte Firmen-Reisekarte. Bei 68 der 100 grössten amerikanischen Konzernen breitet American Express, das Reisebudget. Und nur gerade eine dieser 68 Firmen verzichtet dabei auf die American Express Kreditkarte. Hinzu kommt, dass American Express dank dem Kreditkartenbusiness eine hervorragende Datenbank besitzt. Amex verfügt dadurch über Kenntnisse betreffend Reiseumenter, Einkaufsgewohnheiten und Vorzugsdestinationen der Manager der diversen Kaderstufen. Aufgrund dieser Informationen kann man der Firma ein massgeschneidertes Angebot zur Abwicklung des Reiseumagements unterbreiten, dem die Konkurrenz nichts entgegenzuhalten hat. Offiziell werden zwar die Daten des Reise- und Kreditkartenbereichs nicht ausgetauscht, es sei denn, der potentielle Kunde gebe ausdrücklich sein Einverständnis. Die Branche hegt in dieser Frage ihre Zweifel. CC

trag in die eigene Kasse. Was aber in gewissen Kreisen zunehmend für Unruhe sorgt, ist der Umstand, dass sich das Volumen in den letzten sechs Jahren verdoppelt.

Plastikkarte als Trumpf

So zerriss zum Beispiel *Ivan M. Schaeffer*, Präsident von Woodside Travel Trust aus Bethesda, Maryland, vor versammelten Firmenmanagern eine Kreditkarte der Marke American Express, wie das «Wall Street Journal» kürzlich berichtete. Die Unruhe in der Reisebranche gründet weniger auf der Grösse von American Express als auf den überlappenden Geschäftsbereichen. Amexco, das Reise-Finanzkonglomerat, machte nie einen Hehl daraus, seine Reisebüros als Vertriebskanal auch seiner Karte und seiner Finanzprodukte zu nutzen. Solange dieser Tatbestand die Reisebranche nicht berührte, bestand auch kein Grund zur Unruhe. Inzwischen hat sich der Geschäftsreiseboom gelegt, und die Konkurrenz schliesst sich zusammen. So scheint nun auch der schlafende Löwe erwacht zu sein, und aus der Reisebranche erhoben sich verängstigte Stimmen. Besonders hörbar waren diese, als American Express den Inhabern der Platin-Karte spezielle Reisediscounts offerierte. Den Reisebüros blieb nichts anderes übrig, als die Buchung solcher Kunden über American Express abzuwickeln. Und was bedeutet nun für die Amexco

die unlängst verkündete Partnerschaft zwischen der amerikanischen Nummer zwei, Carlson Travel, mit der europäischen Wagonlit? «Das bestätigt, dass wir die richtige Strategie eingeschlagen haben. Die Strategie der globalen Expansion», so *Christine Levite*, Director of Public Affairs bei American Express Travel Related Services, New York, zur *htr*.

Wachstum durch Zukauf

American Express zählt weltweit 1700 Agenturen. Und da das innere Wachstum schnell an Grenzen stösst, kaufte man im letzten Jahr zwei grössere Reisebüro-Ketten: die schwedische Nymann & Schulz sowie die brasilianische Kontik. *Christine Levite* lässt keinen Zweifel offen, dass man die Präsenz weiter ausbauen will, ohne sich aber auf bestimmte Gebiete festzulegen. Doch wenn sich nun der Reiselöwe erst heute zu räkeln beginnt, hat das seine Gründe. Bis vor einigen Jahren hat man das Potential des Reisebüro-Sektors schlicht unterschätzt. Die Agenturen dienten vorab als «selling points» des Kreditkartengeschäfts, wogegen der Reisebereich bloss die Funktionen eines margaenarmen «Support-Business» ausübte. Ferner schien American Express stark genug gewesen zu sein, um selbst schlafend Geld zu verdienen. Mittlerweile ist aber die Konkurrenz stärker und aggressiver geworden, so dass American Express keine Wahl bleibt, als seine Muskeln zu spannen.

British Airways

BA-Offensive im Leisurmarkt

British Airways, der grösste private Carrier der Welt, hat massive Preisreduktionen von 30 bis 50 Prozent angekündigt. Die Kampagne richtet sich an den Ferienreisenden und wird mit einem Werbebudget von rund 6,5 Millionen Franken begleitet.

Im harten Kampf um den Business-Traveler hat man sich im Hause des erfolgreichsten privaten Carriers offenbar wieder einmal Gedanken zur Freizeitindustrie gemacht. Die kürzlich angekündigten Preisreduktionen der British Airways von 30 bis 50 Prozent peilen denn auch den Ferienreisenden an. Nach Angaben von BA-Direktor *Robert Ayling* soll der britische Carrier nicht nur für den Freizeitbereich die attraktivste Airline wer-

den. Die zum Teil massiven Preisreduktionen enthalten unter anderem einen Sonderrabatt für den Fernen Osten und Mexiko von rund 650 Franken, während Destinationen im karibischen Raum um 450 Franken verbilligt werden. Immerhin noch um 220 Franken herabgesetzt werden die Preise für die USA, Südafrika und Europa. So kostet beispielsweise ein BA-Flug von London nach New York noch knapp 500 Franken und für einen Mexico-City-Flug bezahlt der BA-Kunde gerade noch knapp 730 Franken. Die jüngste Offensive von British Airways zum Auftakt der Sommersaison gilt als Gegenmassnahme zum mit viel Medienrummel begleiteten Ausbau von Virgin Atlantic. So bietet Virgin-Boss *Richard Branson* seit wenigen Wochen täglich Hong Kong an und ab Mitte Mai soll San Francisco angefliegen werden. SW, London

Aontes

Elisabeth Zaunbauer als neue Präsidentin

Österreich erhält das Präsidium des Vereins Nationaler Verkehrsbüros (Aontes) in der Schweiz. *Elisabeth Zaunbauer*, Leiterin der Österreich Werbung Zürich und bisher Generalsekretärin der Aontes, ist am vergangenen Mittwoch als erste Frau gewählt worden. Die vergangenen Jahre haben der Aontes in der Schweiz einiges Pech gebracht, vor allem was die Präsidenten betrifft. Nachdem der geschätzte Präsident *Zvone Petek* zusehen musste, wie ihm sein jugoslawisches Verkehrsbüro mit der Auflösung Jugoslawiens zwischen den Fingern zergriff, riss die Pechsträhne nicht mehr ab. Letzter, ebenfalls von der Reisebranche bedauerter Fall ist jener des Enit-Vertreters *Italo Somarriello* gewesen, der trotz grosser Widerstände nach Deutschland versetzt wurde. Die *hotel + touristik revue* wünscht, dass

mit Frau Zaunbauer wieder etwas Ruhe in die Reihen des ausländischen Landeswerber tritt. APK



Toursol / Traviswiss

Pünktliche Turbo-Schnittstelle

Das Projekt Toursol, die EDV-Lösung für mittlere und kleinere Veranstalter, schreitet planmässig voran. Die Turbo-Schnittstelle wird am 1. Januar 1995 betriebsbereit sein. Neue Interessenten könnten ab Herbst 1995 angeschaltet werden.

MICHAEL HUTSCHNEKER

Mit positiven Meldungen konnte *Ernesto Hitz*, Marketingleiter der EDV Treuhand AG, die Teilnehmer des Informationsseminars über Toursol und Toursol begrüssen. Wie bereits früher berichtet, haben sich zehn Reiseveranstalter für Toursol, die von der EDV Treuhand geschaffene EDV-Lösung für mittlere und kleinere Unternehmen, entschieden. «Auch ein Jahr nach Aufnahme der Planung kann ich mit Stolz sagen, dass der Zeitplan eingehalten werden kann», liess Hitz die potentiellen Neu-Kunden am Dienstag vergangener Woche wissen.

Auch wenn die Fachleute gerne mehr Zeit gehabt hätten, pünktlich, weil der Markt eine schnelle Umsetzung gewünscht hatte, werde die Turbo-Schnittstelle am 1. Januar 1995 bereit sein. Knapp zehn Monate vor dem offiziellen Startschuss sind bereits die ersten Prototyp-Buchungen über die Bildschir-

Wer ist (bald) dabei?

Für das Projekt Toursol haben sich bereits entschieden: Airtour Suisse/CIS, ACS, Cosmopolitan, Eurotrek, ICS Internautic, Karthago, Klopstein, Marti, Mittelthurgau und PTT Ferienverein. Am Informationsseminar über Toursol und Toursol vom 29.3.94 nahmen Vertreter von folgenden Reiseveranstaltern teil: American Express, Fritsche, Garaio, Ibusz, Privat Safaris, Knecht, CA Fernreisen, Rotunda Tours, Pronto, Imbach, Meyer-Reisen, Esco, Travel To, Baumeler sowie die Rhätische Bahn. HU

me geflimmert. Neue Kunden werden spätestens im Herbst 1995, also für das Sommerprogramm 1996, an Toursol angeschossen. Die Reihenfolge bestimmt das Datum der Vertragsunterzeichnung. Dabei blieb nicht unerwähnt, dass bis zur effektiven Installation ein Rücktritt aus dem Vertrag möglich ist. Lediglich die Eintrittsgebühr geht in einem solchen Fall an die EDV Treuhand AG.

Neue Traviswiss-Verträge

Bei dieser Gelegenheit wies *Reto Wäger*, Produkt Management & Verkauf Traviswiss, darauf hin, dass ab 1. Januar 1996 zwischen Traviswiss AG und den Tourenoperatoren der ersten Traviswiss-Stunden ein neuer Vertrag gelten werde. Die genauen Konditionen ab 1996 seien zwar noch nicht bekannt, aber die heute geltenden Buchungsgebühren, die sich zwischen 6 und 13 Franken bewegen, könnten neu definiert werden. Mit grösseren Änderungen sei jedoch kaum zu rechnen und auch die aktuelle Anschlussgebühr von 250 000 Franken werde kaum gesenkt werden können.

SSR-Ökumfrage

Worte statt Taten?

Wie die htr am 24. März 1994 bereits ausführlich berichtete, hat SSR Reisen eine Kundenumfrage zu «Reisen und Umwelt» durchgeführt. Dabei kommt sogar seitens des SSR der Verdacht auf, dass bei der Kundschaft Worte und Taten nicht übereinstimmen.

Insgesamt wertete der SSR in seiner Umfrage 305 Fragebogen aus. Dabei betont der ökologisch engagierte Veranstalter, dass die Untersuchung weder für die Gesamtheit der Schweizer Auslandtouristen noch für alle SSR-Reisenden repräsentativ ist. Angemerkt wird ferner auch, dass keine Gegenstösse vorgenommen wurden, wie weit die Reisenden mit ihren Aussagen ihr tatsächliches Verhalten beschönigen: «Stimmen Worte und Taten hier überein?» wird selbstkritisch gefragt.

Durchaus bewusst, aber...

Nachstehend einige der wichtigsten Umfrage-Resultate:
Die Befragten sind sich der Dringlichkeit der globalen Umweltprobleme durchaus bewusst und erwarten auch von den Schweizer Reiseveranstaltern Lösungsbeiträge. 88,9 Prozent bezeichnen den Tourismus als Verursacher von ernsthaften Umweltproblemen. 97,4% erkennen, dass die Menschheit ihren Lebensstil ändern muss, um die globale Umweltbedrohung abzuwenden und 81,3% der Befragten denken, dass die Schweizer Touroperatoren in Sachen Umwelt zu wenig tun.

Schlechtes Alpen-Image

Ferner beträgt die Akzeptanz für Einschränkungen oder eine Verteuerung des Fliegens 55,4%, wobei 43,3% solche Vorschriften oder Steuern für durchführbar halten. Während die Mittelmeeranrainer ein schlechtes Umweltimage aufweisen und die gut erschlossenen Skigebiete der Alpen, besonders der Schweiz und Frankreichs als «ökologische Katastrophenfälle» (O-Zitat) eingeschätzt werden, sind doch noch positive Aspekte auszumachen. Alaska, Skandinavien, Neuseeland, Australien, Island und Irland haben bei den SSR-Kunden ein gutes Umweltimage.
Zufrieden zeigte sich der SSR-Umweltbeauftragte, Hansjörg Ruf, über die Ergebnisse zur Umweltbeilage des SSR. Genau die Hälfte gab nämlich an, diese zu kennen. Über 90% davon finden die Informationen verständlich verfasst.

HU

TAKE OFF

Singapore Airlines ist in Zürich jetzt im Terminal A

Ende März ist Singapore Airlines (SQ) am Flughafen Zürich ins Terminal A umgezogen. Der Umzug war dem Global-Excellence-Partner nicht früher möglich, da seine Boeing B-747-400 breitere Parkplätze benötigen. Erst jetzt konnten SQ fixe Standplätze zugeteilt werden. Die wesentlichen Vorteile für die Passagiere der asiatischen Airline sind die gemeinsamen First- und Business-Class-Lounges, eine speditive Abfertigung für alle Passagiere und eine neue Express-Check-in-Insel sowie kürzere Umsteigewege auf die Flüge der Swissair und der European-Quality-Alliance-Partner SAS und AUA sowie des weiteren Global-Excellence-Partners Delta für Flüge in die USA. Am neuen Standort übernimmt die Swissair im Rahmen der Global Excellence Alliance Informations- und Ticketingdienste für SIA am Flughafen Zürich.

KH

REKLAME

Reiseleiter/in Reisehostess

Abend- und Tageskurse in Zürich/Aarau/Bad Ragaz/Basel/Bern/Luzern/St. Gallen

Verlangen Sie das Gratiskursprogramm!

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

Selt 15 Jahren von der Reisebranche anerkannt und empfohlen!

SSR Reisen



SSR-Pressekonferenz in stacheliger Umgebung: In der Städtzürcher Sukkulentsammlung präsentierten sich v.l.n.r. Dieter Steger, PR & Presse; Hansjörg Ruf, Umweltbeauftragter; Ursula Silberschmid, VR-Präsidentin; Urs Muntwyler, Spezialreisen; Toni Nüscher, Marketing & Verkauf; Fredy Kuster, Europa; Markus Rege, Marketingleiter; Beat Obrist, Präsident der Geschäftsleitung.

Foto: Michael Hutschneker

Viel mehr Flug – aber weniger Zug

Mit 130,4 Millionen Franken weist SSR Reisen im Geschäftsjahr 1992/93 ein Umsatzplus von 1,8 Prozent und eine Gewinnsteigerung um über 50 Prozent auf. Während der ökologisch engagierte Veranstalter im Flugbereich eine starke Zunahme registrierte, gingen die Bahnverkäufe deutlich zurück. Die aktuelle Buchungssituation liegt weit über den Erwartungen.

MICHAEL HUTSCHNEKER

Wemgleich das budgetierte Umsatzziel von plus acht Prozent mit erreichten 1,8 Punkten im abgelaufenen Geschäftsjahr massiv unterschritten worden ist, so kann SSR Reisen trotz allem eines der besten Ergebnisse in seiner 33jährigen Geschichte aufweisen. Begründet mit einem bewussten Kostenmanagement, wie etwa unveränderten Salärkosten, sowie einer Steigerung der Margen bei einzelnen Produkten, konnte der Gewinn 1992/93 (1.11.92 bis 31.10.93) um über 50 Prozent auf 0,56 Millionen Franken gesteigert werden.

Wie Beat Obrist, Präsident der Geschäftsleitung, präziserte, verzeichnete man mit Ausnahme der Badeferien und Bahnreisen bei allen Produktlinien Umsatzzuwächse. Die reinen Flugtransporte haben gegenüber dem Vorjahr, trotz teils markanten Tarifenänderungen, am stärksten

zugelegt (siehe Kasten). Für Kenner der Szene eher überraschend dagegen die Tatsache, dass einerseits entgegen einem allgemein zu beobachtenden Trend und andererseits ausgerechnet der umweltengagierte SSR bei den Bahnreisen einen Umsatzrückgang von über zehn Prozent zu registrieren hatte.

Ein wahrer Buchungsansturm

Sollte sich das laufende Geschäftsjahr nach den Vorstellungen von Obrist und seinen Kolleginnen und Kollegen entwickeln, so müsste der Umsatz bis Ende Oktober 1994 um sechs Prozent höher liegen als im Vorjahr. Knapp bei Halbzeit bewegen sich die aktuellen Zahlen mit einem plus von rund 20 Prozent allerdings in viel höheren Sphären. Obrist: «Seit dem vergangenen Herbst registrieren wir einen wahren Buchungsansturm!» Und auch da mag es kaum mehr

überraschen, dass der Billigflugsektor am stärksten boomt.

Mit nicht minderer Genugtuung wird in der Reservationszentrale dabei zur Kenntnis genommen, dass eine Tendenz zum eher wieder längerfristigen Buchen festzustellen ist. Dank Öffnung des Vertriebskanals, Superkommission und Agentenbetreuung ist beim Verkauf von SSR-Produkten über Agenten ein Plus von 14 Prozent zu vermelden. Das war zwar gewollt und Obrist will denn auch den Wiederverkauf nicht vernachlässigen.

Dabei betont er jedoch, dass es nun gilt, sich auch wieder auf die eigenen Vertriebskanäle zurückzubewenden. Der Blick auf die günstigen Perspektiven bringt den GL-Präsidenten zur abschliessenden Bemerkung: «SSR Reisen bleibt als einer der letzten mittelständischen Veranstalter erfolgreich...»

Reiseverhalten der SSR-Kundschaft 1992/93

Bei den Umsätzen sind Rückgänge im Badeferienbereich (-10,6%) und bei den Bahnreisen (-10,9%) zu verzeichnen. Städtereisen konnten dagegen um 19,3% (bei den Flügen +22%) zulegen und im Fernreisensektor beträgt die Zunahme gegenüber dem Vorjahr 6,2% (Flüge +16,7%).
Mit insgesamt 141 000 Passagieren (ohne reine Bahntickets) haben 16% mehr Kunden bei SSR gebucht. Gegenüber dem Vorjahr haben sich die

Pax-Zahlen wie folgt entwickelt: Europa +15,5%, Fernreisen +24,4% und Spezialreisen +3,6%.
Mehr als ein Drittel der Buchungen, nämlich 35,5% und somit 14% mehr als im Vorjahr, wurden von Agenten getätigt. Es folgen mit 29,5% die SSR-Filialen in der Deutschschweiz, mit 21,5% der Telefonverkauf am Hauptsitz in Zürich und schliesslich mit 13,7% die SSR-Geschäftsstellen in der Westschweiz.

IMPRESSUM

hotel + touristik revue
Adresse (Redaktion, Stellenanzeigen, Abonnemente): Postfach, 3001 Bern, Telefon (031) 370 42 22, Telefax (031) 372 23 95, Telefax Redaktion (031) 370 42 24.
Herausgeber/Editeur: Schweizer Hotelier-Verein (SHV) Bern.
Gesamtleitung/Direction: Werner Friedrich.

Redaktion/Rédaction

Chefredaktor: Andreas Netze (AN); Stv. Chefredaktor / Rédacteur en chef adjoint: Miroslaw Halaba (MH).
Redaktion: Jrr: Urs Manz (UM), Susanne Richard (SR), Thomas Vaszary (VY); f&b: Silvia Pfenninger (SPF), Riccarda Schön (RSCH); tr: Alexander P. Künzle (APK), Sam Junker (SJ).
Redaktionsbüro Zürich: Michael Hutschneker (HU), Tel. (01) 202 99 22, Telefax (01) 281 01 91.
Rédaction française: Miroslaw Halaba (MH), Jean-Paul Faehndrich (JPF), Philippe Maspoli (PM).
Sekretariat: Rita Teutsch, Regina Frech, Lisa Pesenti (Dok.).
Layout: Martin Lobsiger, Gilbert Perrot.

Korrespondenten/Correspondants: Claude Baumann (CB), Zürich; Rolf Bühler (RB), Zürich; Claudio A. Engleloch (CE), Bern; Bruno-Thomas Eltschinger (BTE), Zürich; Gernan Escher (GER), Brig; Peti Grunder (PG), Interlaken; Klaus Hölle (KH), Genf; Marianne Luka-Grossbacher (MLG), Bern; Eliane Meyer (EM), Zürich; Sigi Scherrer (SS), Vaduz; Franz Spanny (FS), Chur; Ueli Staub (US), Zürich; José Seydoux (JS), Fribourg; Véronique Tanerg (VT), Genève.

Kommentar

Etikettenschwindel?

Unser Spielraum ist eingeschränkt, schliesslich sind wir ein Reiseveranstalter und keine Umweltschutzorganisation! Die Reaktion des SSR-Umweltbeauftragten auf die Ergebnisse der Kundenumfrage als ernüchternd zu umschreiben, ist kaum an der tatsächlichen Gemütslage vorbei gezielt. Es ist bekannt, seit Jahr und Tag engagiert sich das Unternehmen in Sachen Umwelt auf verschiedenen Ebenen überdurchschnittlich und versucht, im Markt entsprechend aufzutreten. Besagte Umfrage zeigt denn auch deutlich, dass mit dieser Ideologie eigentlich genau auf das richtige Pferd gesetzt wird. Vier von Fünf Befragten vertreten die Meinung, dass die Veranstalter diesbezüglich zu wenig tun.

Nur, und jetzt kommt der ganz grosse Hacken an der Geschichte: Hält sich doch die angeblich so umweltbedachte SSR-Kundschaft eben nicht nur nicht an ihre eigenen Aussagen, sondern steuert genau in entgegengesetzte Richtung. Während im vergangenen Geschäftsjahr etwa die Nachfrage für Bahnreisen rückläufig verlief, stieg diejenige für Flugtickets stark an. Auch die aktuelle Buchungssituation zeigt einen deutlichen Anstieg beim Verkauf im Billigflugsektor. Zu dieser, mit SSR-Agenz betrachtet, ziemlich absurden Tatsache, trägt das Unternehmen allerdings selbst auch nicht unwesentlich bei. «SSR Reisen gilt mittlerweile als einer der grössten Flugbroker auf dem Schweizer Markt», ist etwa im Pressetext nachzulesen. Was kaum überraschen mag, denn genau auch in diesem Bereich hat der Veranstalter in den vergangenen Monaten einiges an Werbeaktivitäten an den Tag gelegt.

Umfrage-Ergebnisse hin oder her, um im Markt als Touroperator überleben zu können, bleibt denn auch keine andere Wahl. Verkauf wird, respektive werden muss, was der Kunde verlangt (und nicht, was der Weltstatistik dienlich wäre oder was er im Fragebogen beantwortet hat...!) Aber von den Gedanken, die «Umweltidee» als gescheitert zu betrachten, wollen die SSR-Verantwortlichen genauso wenig wissen wie etwa vom Vorwurf des Etikettenschwindels.

Auch wenn die zunehmende Nachfrage im Flugsektor als «ökologisch unbefriedigend» definiert wird, ein taugliches Rezept, diesen Entwicklungen entgegenzuwirken, hat auch an der Bäckerstrasse noch keiner erfunden. «Wir müssen daran glauben, dass es auf längere Frist etwas bringt», versucht sich Hansjörg Ruf in Marketingoptimismus. Wer wohl den längeren Atem hat...?

Michael Hutschneker

Check-In Zürich-Kloten

Labyrinth am Flughafen wird noch grösser

Nun haben am Flughafen Zürich-Kloten auch die Air France, British Airways, KLM und Lufthansa eigene Abfertigungsschalter. Ob dies der Übersicht im Terminal B zuträglich ist, steht allerdings auf einem anderen Blatt.

MICHAEL HUTSCHNEKER

Am vergangenen Freitag, dem Karfreitag, 1. April 1994, hat im Flughafen Zürich-Kloten das sogenannte «Dedicated-Check-In» Einzug gehalten. Air France, British Airways, KLM und Lufthansa betreuen ihre Passagiere zwar weiterhin mit (speziell geschultem) Swissair-Personal, aber an eigenen Check-In-Schaltern. Die Passagiere, welche im Terminal B abgefertigt werden, haben nun noch expliziter nach ihrem Schalter Ausschau zu halten.

Eigene Abfertigungsschalter
Nebst den erwähnten vier Linienfluggesellschaften verfügen bekanntlich die US-Carriers (mit Ausnahme von Delta Airlines), die Balair/CTA, Club-Mem-

bers diverser Airlines, die restlichen Charterflüge und die Skopje-Charter über eigene Abfertigungsschalter. Passagiere der übrigen Airlines (mit Ausnahme von Swissair; Crossair, Austrian, SAS, Delta und Singapore, die im Terminal A zu Hause sind) haben sich weiterhin an den «allgemeinen Schaltern» einzufinden. Wie ein Augenschein am ersten «Dedicated-Tag» gezeigt hat, wird es für den abfliegenden Passagier je länger je schwieriger, sich am Zürcher Airport zurechtzufinden. Zumal es noch weitgehend an entsprechend gut sichtbaren Hinweisschildern mangelt. Eine kleine Labyrinth-Hilfe: Auf der Anzeigetafel im Terminal B wird neu auf die jeweiligen Check-In-Reihen und nicht mehr auf die Abfluggates hingewiesen...

FLASH

Der von Delta und Northwest kontrollierte CRS-Anbieter Worldspan hat in Grossbritannien einen wichtigen psychologischen Erfolg gegen den Rivalen Galileo errungen: Die in Manchester domizilierte Co-op Travelcare hat mit Worldspan einen Vertrag für 300 Filialen unterzeichnet.

Verlag/Édition

Verlagsleitung/Marketing: Peter Schibler.

Geschäftsstellen: Agentur Markus Flihmann, 5628 Birri, Telefon (057) 44 40 40, Telefax (057) 44 26 40.
Swiss rm:ndae: Presse Publicité rep. S.A., Charles Kaufmann, 5. av. Krieg, 1208 Genève, tél. (022) 735 74 00, téléfax (022) 786 16 21.

Freizeitindustrie = Wachstumsindustrie



Vorsorgen für den kommenden US-Konsumboom: Neue Freizeitpark-Themen für neue Zielgruppen. Die Walt Disney Corp. will bei Washington einen historischen Themenpark bauen und die Geschichte Amerikas wiedererleben lassen. Zielgruppe: Alle, die Geschichte in der Schule verschlafen haben... Und alle ändern, die sich für ihre Vorfahren interessieren.

Bild: Walt Disney

USA: Blühendes Freizeitgeschäft

Kürzlich sorgte das Pariser Eurodisney wieder für negative Schlagzeilen; rund 16 Milliarden Französische Francs müssen zur finanziellen Sanierung dieses Vergnügungsparks aufgebracht werden. Umgekehrt läuft aber das Freizeitgeschäft in den USA auf höchsten Touren. Trotz Eurodisney-Finanzskapaden gehört die Freizeitindustrie zu den Wachstumsmotoren der Wirtschaft.

WERNER LEIBACHER

Die Walt Disney Corp. allein hat zwei neue riesige Vergnügungsparks in der Projektierung. In Virginia soll – mit dem verhältnismässig bescheidenen Aufwand von 700 Millionen Dollar – ein Park mit der Geschichte Amerikas entstehen. Und in Anaheim/Kalifornien soll mit einem Budget von 2,7 Milliarden Dollar direkt neben dem allerersten Disneyland das neue Westcoast Center gebaut werden.

Big Money mit Freizeit

Die Freizeitindustrie gehört zu den klaren Wachstumsmotoren der amerikanischen Wirtschaft. Insgesamt sind 1993 in den USA rund 340 Milliarden Dollar für Freizeit ausgegeben worden, also für Bücher, Spielwaren, TV-Programme, Musik-CDs, Kabelfernsehen, Sportausrüstungen, Sportveranstaltungen, Kinos, Vergnügungsparks, Casinos usw. Immer stärker haben in den letzten Jahren die Amerikaner ihre Konsumgewohnheiten verändert. Mit 13 Prozent real sind die Ausgaben für alle Bereiche der Freizeit

seit 1991 doppelt so stark gewachsen wie die Konsumausgaben insgesamt. Sie haben sich damit sehr konjunkturreisistent verhalten. Dass die Freizeitbranche nicht einfach ein normaler Industriezweig ist, geht aus daraus hervor, dass gemäss Schätzungen im Bereich Freizeit 1993 mindestens 200 000 neue Arbeitsplätze geschaffen worden sind.

Viele Arbeitsplätze geschaffen

Nun wird diese Entwicklung da und dort auch eher skeptisch betrachtet. Der am raschesten wachsende Freizeitbereich ist nämlich das Spielen. Spielkasinos befinden sich schon längst nicht nur in Nevada und New Jersey. Auch die Bundesstaaten Colorado, Mississippi und Connecticut erlauben heute den Spielbetrieb. Auch Illinois soll das Spielen bald legalisieren. Und dann spielt – allen Bedenken dem Spielen gegenüber zum Trotz – das Argument Arbeitsmarkt eine Rolle: in einem neuen Casino in New Orleans können 15 000, in Chicago gar 18 000 neue Stellen entstehen. Derzeit sind im Bereich Freizeit Projekte für rund 13 Milliarden Dollar im Tun. Neben den erwähnten Casino-Hotels und den bereits genannten Disney-Projekten will auch Universal Studios den bestehenden Betrieb in Orlando merklich erweitern und ist bereit, dafür 2,7 Milliarden Dollar zu investieren. Stark im Kommen sind auch Sport-Stadien in Ost und West: die zunehmende Popularität von Eishockey, Basketball usw. Verlangt nach grösseren und komfortableren Stadien. Auch diese Investitionen werden sich als Multiplikator erweisen und zusätzlich Beschäftigung schaffen. Nun stimmt es zweifellos, dass die Beschäftigten in der Dienstleistungsindustrie nicht die besten Löhne beziehen. Zu be-

achten ist immerhin, dass viele Amerikaner, die sonst überhaupt ohne Arbeit wären, auf diese Weise einen Job finden.

Link mit Telekommunikation

Natürlich: die Freizeitindustrie wird sich schon bald einer verstärkten elektronischen Konkurrenz zu erwehren haben. Dank den neuen «Super-Autobahnen» der Telekommunikation – basierend auf den heutigen Kapazitäten vervielfachten Glasfaser-Kabeln – wird ein Amerikaner bald einmal bis zu 500 verschiedene TV-Programme verfolgen, praktisch jeden beliebigen Film während 24 Stunden abrufen. Flugtickets bestellen, Bankgeschäfte tätigen, Hotel-Reservierungen vornehmen oder fast jeden Einkauf tätigen können. Aber dennoch wird die Konkurrenz der althergebrachten Freizeitvergnügen gross bleiben: der Bürger will ja nicht 24 Stunden vor dem Bildschirm verbringen. Er will auch andere Leute treffen, mit anderen Leuten Bekanntschaft schliessen, er will grössere und kleinere Reisen unternehmen, mit der ganzen Familie einen Vergnügungspark besuchen und noch einmal die eigene Jugend erleben. Last but not least sind auch die Städte froh, wenn sich Freizeitunternehmen aktiv in ihren Vermarktungen betätigen. So etwa hat Walt Disney Co. kürzlich angekündigt, man wolle mit einer Investition von 8 Millionen Dollar das 91 Jahre alte New Amsterdam Theater in heute weniger feinen Teil des New Yorker Times Square renovieren und wieder auf Vordermann bringen. Bereits rechnet sich die New Yorker Stadtverwaltung aus, dass beim Gelingen dieses Projekts die Stadt New York (bitter benötigte) 54 Millionen Dollar an zusätzlichen Steuereinnahmen und wirtschaftlicher Belebung ziehen könnte.

Italien

Es wird alles besser...

1993 haben über 20 Millionen Ausländer Italien besucht. Auch die Tourismusbilanz verbesserte sich. Das Preis-Leistungsverhältnis ist dank Abwertung günstiger geworden.

Italiens touristische Bilanz kann sich bis Ende September 1993 sehen lassen: Ein Plus von 8,4 Milliarden Schweizer Franken hat sich ergeben, mehr als 1992. Doch ein grosser Teil dieses Wachstums, so gab die Enit im März bekannt, ist der Zurückhaltung der Italiener im Outgoing-Bereich zu verdanken. Denn die Tourismuseinnahmen erhöhten sich von 19 auf 24 Milliarden, die Ausgaben der Italiener nur von 15 auf 16 Milliarden Franken. Anscheinend haben die Individualtouristen die Scharte wettgemacht,

die durch das Wegbleiben der veranstalteten Italienspakete entstanden ist. Dank der Lira-Abwertung ist Italien wieder ein etwas günstigeres Reiseziel geworden, um so mehr, als auch die Inflationsrate recht niedrig ist: 1994 werden weder die Hotelpreise noch die Urlaubsnebenkosten um mehr als die Inflationsrate von rund 4 Prozent steigen, hiess es in Berlin vor der Presse. In Deutschland vermelden die Veranstalter, dass sie einen Italien-Verkaufszuwachs von rund 15 Prozent gegenüber 1993 verzeichnen. Von Juni bis Oktober 1993 produzierten deutsche Gäste in Italien rund 13 Millionen Hotelübernachtungen (+1,8 Prozent). Aus der Schweiz kamen im selben Zeitraum rund 1,5 Millionen (+1,4 Prozent). Die Deutschen gaben von Januar bis September 1993 rund 6 Milliarden

Franken in Italien aus (Vergleich: in der Schweiz gaben sie 3,2 Milliarden Franken aus).

Günstiger öffentlicher Verkehr

Italiens Tourismuswerber möchten darauf hinweisen, dass 1994 starke Vergünstigungen der öffentlichen Verkehrsmittel und Museen für Touristen ermöglicht worden sind. In Florenz beispielsweise kostet eine sechs Monate gültige Karte für sieben Museen rund 10 Franken. In Rom gibt's zweitägig gültige Billette für 13 Museen ab 13 Franken. Grosser Wert wird auch auf die für Schweizer und Deutsche stark gestiegene Kaufkraft in Italien gelegt: Während eine Urlaubs-DM im Tourismusland Schweiz nur eine Kaufkraft von 73 Pfennigen entspricht, kann man in Italien für 1,31 DM ein-

Disneyland/Virginia

Abraham Lincoln und Goofy

Ohne dass jemand im Prince William County, 50 km vom Weissen Haus in Washington entfernt, etwas spürte, kaufte der schlaue Michael Eisner von der Walt Disney Corp. Boden für sein neues Freizeitpark-Projekt «Geschichte Amerikas» auf: Abraham Lincoln wird mit Mickey und Goofy gemeinsam auftreten.

ALEXANDER P. KÜNZLE

Nach Kaliforniens Disneyland und Floridas Walt Disney World soll 1998 bei Washington im Bundesstaat Virginia ein historischer Vergnügungspark entstehen, wo Amerikas Kinder und Erwachsene all das vergänglich nachholen können, was während den Geschichtsektionen in der Schule verpasst haben. Auf 3000 Hektar ohnehin historischem Boden planen Michael Eisners Vergnügungsstrategen das Abraham des kommenden Konsumbooms, der in Amerika für die nächsten Jahre erwartet wird.

Bodenspekulanten ausgetrickst

Wer einen Park plant, muss erst einmal die Bodenspekulation austricksen, was in den USA alleweil kein einfaches Unternehmen ist. Eisner gelang auch das. Über einen Treuhänder mit einer unverfänglichen New Yorker Adresse wurde still und heimlich das Terrain aufgekauft oder Kaufoptionen unterschrieben. Mag auch nach dem Eurodisney-Flop und einer leichten Leisure-Flaute in Kalifornien und Florida eine Skepsis gegenüber den sogenannten Theme Parks entstanden sein – das Geschäft mit dem Vergnügen ist ein zyklisches, und dazu gehört auch der Aufkauf von Land, solange es noch billig ist, also in der Konjunkturlaute. Walt Disney hat die mageren Park-Jahre mit den Einnahmen aus dem Filmgeschäft bestens überstanden. Und ausserdem registrierte die US-Vergnügungspark-Branche 1993 wieder rund 5 Prozent mehr Besucher.

Schlachten by night

Nervenkitzel, wie könnte es in einem Disney-Themenpark anders sein, ist ebenfalls programmiert. Zwei Schlachten aus dem legendären Bürgerkrieg der Nordisten gegen die Südstaaten (Virginia!) werden für ein Nachtspektakel aufgearbeitet. Fabrikstädte der Epoche der industriellen Revolution nachgestellt und schliesslich die Besucher mit einem Hochgeschwindigkeits-Ereignis knapp vor dem Entrinnen aus einem feuerspeienden Stahlkocher bewahrt...

«Historic America» als Reiseziel für Schweizer TO?

Weiss man, wieviel Geld Schweizer Reiseveranstalter mit Disney-Parks in Anaheim und Kalifornien immer noch machen, und dass auch das Eurodisney-Geschäft gut läuft, fragt man sich wohl zurecht, ob dieser neue Park ein neuer Katalog-Hit auch für die Schweizer Reiseindustrie werden könnte. Erstens für all jene, die Disney-Repeats sind und denen man alle paar Jahre ein neues Vergnügungsthema bieten sollte. Und zweitens für alle jene, die sich von den üblichen US-Plastik-Gags weniger angezogen fühlen, dem populären Thema US-Geschichte jedoch Positives abgewinnen können und – la limite – das Ganze als eine Bildungs/Vergnügungsgreise abbuchten. **APK**

Kommentar

Freizeit-«Sommerfrische»: Austria statt Florida?

Es scheint zum Schicksal vieler sogenannter «reifer», sprich traditioneller Tourismusdestinationen zu gehören, ihr Angebot in Richtung Freizeit ausbauen zu müssen. Das kann in Richtung Plastik gehen wie in den USA mit den Themenparks oder den Vergnügungs- und Casinotempeln, es kann auch in Richtung Sandaufschüttung gehen wie in Singapur, das seine preisliche Verteuerung mit künstlichen Stränden neutralisieren will. Es kann aber auch, wie dies Österreich systematisch tut, übers Zielgruppen-Marketing gehen, bei dem die «Sommerfrische 94» nähergebracht wird. Ob Salzburg für Mozartenner, Disney Anaheim für die Kleinen oder Singapurs Sentosa-Insel für ausspannende Business-Leute, immer sind die Zielgruppen recht genau definiert. Das Sommerfrische-Journal der Österreich-Werbung wirkt dabei auf den angelsächsischen Design-Werbung der karibischen Art gewöhnliche Tourismusprofi wie eine kalte, aber erfrischende Dusche. Ganz präzise haben die Österreicher auf Synthetisches verzichtet: Von Seite 1 bis 27 gibt es nur «echte Materialien», seien es Weinfässer, Lodengirls oder Franz-Josef-Bildchen. Das einzige offensichtlich Durchgestylte sind die Weinflaschen-Etiketten. Der Freizeitbezug einer solchen Echt-Aufnahme muss enorm sein. Für europäische Touristen ergibt sich der Eindruck, in Österreich wirklich 100 Sachen machen zu können, ohne gross vororganisieren zu müssen. Und für Überseetouristen wird Folklore at its best in der ausgereiften Form geboten, nämlich glaubwürdig. Ausserdem liegt mit der österreichischen «Sommerfrische» eine Art tief-europäisches Gegenprodukt zum amerikanisch-internationalen Resort-Konzept vor. Denn in der englischsprachigen Tourismuswelt schoben sich Familien und Reisende DM im Tourismusland Schweiz nur eine Kaufkraft von 73 Pfennigen entspricht, kann man in Italien für 1,31 DM ein-

Kriminalität, indem sie sich in umzäunten Luxushotels ihren synthetischen Freizeitaktivitäten hingeben. Österreichs Sommerfrische beziehungsweise Freizeitangebot hingegen ist offen, der Kontakt mit den Bereitsten gratis unbegrenzt. Und der Gast fühlt sich nicht nur im Hotel, sondern auch im Dorf integriert. Alles (Freizeit-)Werte, die künftig immer mehr separat vom Gast bezahlt werden müssen.

Man mag den schöngeistigen Werbe-Eingangstext von Klaus Lukas und die Eingangsschreibe zur Sommerfrische als Biedermeier-Revival als Soft-Verkaufsanleitung für Austria-Hard-Seller nehmen. Auch dass «die Botschaft (Sommerfrische) aus dem sensiblen Dialog mit unserer inneren Uhr stammt», erschüttert den krisengehärterten Tourismusprofi tiefst... Doch bleibt der Eindruck, dass hier ein Qualitäts-Marketingartikel sehr glaubwürdig angeboten wird, und dass das wachsende Freizeitbedürfnis der Konsumenten bestens in Tourismus und Urlaub umgemünzt wurde.

P.S. «Mode als Freizeittherapie»: Was wäre Freizeit und Urlaub ohne Freizeit-Look. Während in der Schweiz die Modedesigner 1994 stark auf (angelsächsischen) Safari- und Outdoors-Mode setzen, was sehr gut zum momentanen Grunge (Lampen-)Stil passt, setzt «Sommerfrische» auf trendigen Alpen-Look. Dirndl? Weil gefehlt. Die Girls tragen Wanderschuhle aus den Zwanzigern (statt Fallschirmspringer-Stiefel), die Boys Mothwurf-Walkjanker aus Naturleinen, so eine Art Alpin-Oko-Grünge. Österreichs Designer haben also sogar das – für Schweizer Augen – wohl Reaktionärste, was es gibt, nämlich die dunkelgrüne Lodenkluff, auf gängige Modetrends umgemünzt und Life-style-mässig eingesetzt. Das Konzept «Sommerfrische» gefällt, überzeugt und macht weder den Eindruck von touristischer Augenwischerei noch vom alten Wein in neuen Schläuchen. **Alexander P. Kü**

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Le Tyrol soutient un tourisme de qualité

Le Tyrol, en Autriche, est certainement le concurrent le plus direct des Alpes suisses, avec des conditions de base semblables. Or, le premier a pris l'initiative d'une opération de sensibilisation de la population et des politiciens au tourisme, dont la réussite dépend de l'esprit d'accueil et d'un rapport qualité/prix favorable. A l'intention de la population, plusieurs spots télévisés sont diffusés ces dernières années, afin de renforcer à la fois l'attachement des téléspectateurs aux atouts de leur région et le sens de leur hospitalité. Pour rendre le monde politique plus attentif au tourisme, des groupes de travail ont été créés, afin d'examiner des thèmes tels que tourisme et école ou tourisme et paysage. **Page 2**

Robinson Club: des projets en perspective

Les quatre Robinson Club basés en Suisse dans les Grisons ont réalisé en 1993 un chiffre d'affaires record de 32,3 millions de francs. Les mille lits disséminés à Vulpera, Scuol, Klosters et Arosa ont été régulièrement occupés à plus de 75%. Le Club Robinson estime donc obtenir de bons succès en Suisse. Seule ombre au tableau: la cherté du franc suisse qui n'est pas très favorable à la clientèle allemande notamment. Le Club Robinson a de nombreux projets en préparation. A la fin mai de cette année, de nouveaux complexes devraient être ouverts au Mexique, en Turquie et en Autriche notamment. **Page 4**

Faut-il séparer les fumeurs au restaurant?

Il n'y a pas qu'aux Etats-Unis que le problème de la cohabitation dans certains lieux publics entre fumeurs et non-fumeurs pose un problème. En Europe aussi, la tolérance des non-fumeurs à l'égard des fumeurs semble se rétrécir toujours davantage. Dans les restaurants, la cohabitation entre ces deux groupes de clientèle est loin d'être évidente. Faut-il séparer les adeptes de la cigarette? Faut-il aménager à leur intention des zones réservées? La question divise les tenants d'établissements publics. Ils y a ceux qui prônent la tolérance et ceux qui sont prêts à tenter des solutions plus radicales. **Page 7**

L'Union du fromage subit des critiques

Rolf Berchtold, responsable du département marketing du secteur produits laitiers et oeufs de la Migros, vient de quitter en claquant la porte le Conseil d'administration de l'Union suisse du commerce de fromage. Il dénonce la paralysie dont fait preuve l'association, alors que la concurrence se durcit au niveau européen. Les décisions devraient mieux prendre en considération les contraintes du marché. En outre, affirme-t-il, les consommateurs ne sont pas suffisamment représentés. Exemple: le Conseil d'administration se compose de 14 membres, dont douze représentent les producteurs laitiers et deux seulement le secteur de la distribution. **Page 8**

USA: le marché des loisirs explose

Aux Etats-Unis, l'industrie des loisirs fonctionne à plein régime. La société Walt Disney, par exemple, projette d'investir plusieurs millions de dollars dans de nouveaux parcs de loisirs. Outre-Atlantique, l'industrie du tourisme est le secteur économique qui enregistre les meilleurs taux de croissance. Au total, en 1993, se sont près de 340 milliards de dollars qui ont été dépensés pour ces activités. Le comportement des Américains en la matière est d'ailleurs insensible à la conjoncture économique. Peu nombreux sont ceux qui ont modifié leurs habitudes de loisirs en raison de la crise. On estime même que 200 000 emplois ont été créés dans ce secteur en 1993. **Page 15**

Collaboration franco-italo-suisse

Eurotransalpina séduit les Romands

Née à Grenoble l'an passé, Eurotransalpina séduit les Romands et part à la conquête des Italiens du nord. Ce projet, soutenu par l'Union européenne, devrait favoriser l'unité des professionnels du tourisme de la région alpine latine. Les hôtes de Genève pourraient ainsi se procurer, dans leur ville d'accueil, le programme de La Scala de Milan. Peut-être dès cet été.

PHILIPPE MASPOLI

L'objectif d'Eurotransalpina est donc de rapprocher les professionnels de la région Rhône-Alpes en France, du Piémont, du Val d'Aoste et de Lombardie en Italie et, du côté suisse, des cantons de Vaud, du Valais et de Genève. Un organisme transfrontalier de plus, lanceront certains. Non, répond l'initiateur de la démarche, Roger Banchet, directeur de la Délégation tourisme de la Chambre régionale de commerce et d'industrie Rhône-Alpes, à Grenoble: «C'est un projet d'actions», insiste-t-il. L'idée est d'instaurer une collaboration touristique efficace dans le massif alpin latin, en utilisant les institutions et les outils existants.

Soutien en écus

Eurotransalpina ne démarre pas sans base solide, puisque le projet a obtenu le soutien de l'Union européenne, sous la forme sonnante et trébuchante de 96 000 écus (environ 150 000 francs suisses). Cet appui est assorti de deux restrictions. La première regarde les Suisses, qui devront ouvrir leur bourse plus généreusement que leurs partenaires, puisqu'il ne sont pas membres de l'UE. Les écus ne peuvent en outre pas être directement alloués à des actions de publicité: «L'UE soutient les efforts de la destination européenne globale sur les marchés lointains, mais elle ne veut pas financer la promotion de zones intracommunautaires», explique Roger Banchet. Par contre, Bruxelles distribue volontiers sa manne à des actions de formation, de mise en réseau et d'échanges d'information.

Echanges d'informations

Depuis la soumission du projet Eurotransalpina aux experts de l'UE, en juin 1993, et le feu vert financier intervenu quelques mois plus tard, Roger Banchet a pris son bâton de pèlerin afin de passer à la phase de réalisation. En Suisse, il a établi des liens avec François Bryand, directeur de l'Office du tourisme de Genève, Georges Tauxe, directeur de l'Office du tourisme du canton de Vaud et Melchior Kalbermatten, directeur de l'Union valaisanne du tourisme. Les principaux axes d'action ont ainsi été présentés et discutés. Le premier acte pourrait débu-



Eurotransalpina concerne les régions du Léman (élargie au Valais), de Rhône-Alpes et de l'Italie du Nord (sur la photo, la cathédrale de Milan). Photo: Ex-Press

ter cet été, si un accord est trouvé. L'idée est de mettre à disposition des visiteurs, dans les centres urbains, des prospectus, des cartes ou des programmes concernant l'ensemble de la région touchée par le projet et rassemblés dans des kiosques Eurotransalpina. «Les touristes arrivant à Grenoble, par exemple, connaîtraient ainsi le programme des opéras à La Scala à Milan, des expositions de la Fondation Gianadda à Martigny ou des salons se déroulant à Paleyop à Genève», explique Roger Banchet.

On peut s'attendre à des réticences de la part d'entreprises ou de stations peu désireuses de faire de la publicité pour des concurrents, surtout du côté suisse, où une monnaie forte et des prix élevés représentent des handicaps certains. Les hôteliers genevois en savent quelque chose. Mais ni Georges Tauxe, ni François Bryand ne voient là un obstacle insurmontable.

«La concurrence peut aussi être de la complémentarité. On peut ainsi mesurer ses forces et ses faiblesses. C'est l'occasion d'améliorer nos prestations», affirme le premier. «L'information et la publicité seront de toute façon réciproques. Il y a effectivement beaucoup de points à mettre en place», relève le second.

Formation et promotion

Grâce à l'impulsion donnée par Eurotransalpina, des projets plus ambitieux verront peut-être le jour. A l'ère des «autoroutes informatiques», pourquoi ne pas mettre en réseau les banques de données existantes, avec en point de mire un système commun d'information et de réservation électronique? Marc Banchet a en tout cas pris contact avec Marc Biderbost (Ecole suisse de tourisme, à Sierre), le concepteur d'Octopuss (aide au choix) et

de Swissguide (système complet d'information et de réservation). Les initiatives de formation dans le cadre d'Eurotransalpina pourraient former la base d'actions de promotion. Les professionnels n'ont pas l'habitude de mettre au point des produits touristiques transfrontaliers thématiques. Ils apprendraient à la faire, en mettant en exergue les caractéristiques de la région, le ski, les lacs, le golf, la gastronomie, les vins. Des voies originales pourraient être explorées, comme la mode, avec les marques Vuitton, Hermès et Jordan du côté français, Armani en Italie. «Mon objectif est de vendre la destination alpine sur les marchés lointains, le Japon, l'Amérique du Nord et l'Australie. Nous pourrions présenter nos produits à thème en accueillant des journalistes et des tour-opérateurs de ces marchés ou en organisant des workshops itinérants», déclare Marc Banchet. Ce dernier envisage en outre des échanges de personnel et une formation à l'accueil.

Romands intéressés

La mise en oeuvre d'une telle entreprise transfrontalière exige forcément d'abattre les barrières des particularismes locaux, qui n'épargnent pas la Suisse. Mais les professionnels romands concernés semblent séduits par l'idée d'Eurotransalpina. «Il est bon de réagir sur le plan européen, car l'Europe est la grande perdante au point de vue des parts de marché», affirme François Bryand. «Nous sommes prêts à démarrer», déclare Georges Tauxe de son côté. Il reste à définir avec précision les actions à mettre en route, dans le cadre d'un projet d'eurorégion qui en est encore à ses débuts. **PM**

Trop d'organismes transfrontaliers?

Les organisations transfrontalières sont de plus en plus nombreuses. Parmi celles qui touchent le tourisme romand de près ou de loin, on citera la COTRAO (Communauté de travail des Alpes occidentales), le Conseil du Léman, l'AGEDRI (Association genevoise pour le développement des relations interrégionales), la CTJ (Communauté de travail du Jura) et le Réseau des villes de l'Arc jurassien. Sans oublier la jeune Lake Geneva Region (Suisse uniquement) et le Forum hôtelier du bassin lémanique. Le risque de saturation est réel et l'on entend fréquemment les responsables

d'offices du tourisme s'inquiéter de la prolifération de ces organismes surchargeant les agendas de séances. Eurotransalpina, qui n'est pas une association supplémentaire, mais plutôt une source d'actions ponctuelles, entend occuper un créneau délaissé, celui de l'information, des systèmes électroniques et des produits à promouvoir. «Les institutions existantes ne sont pas tellement actives dans le domaine de la promotion», relève Georges Tauxe. Fort exception la Lake Geneva Region, bien sûr, et le Conseil du Léman, qui participera dans quelques semaines à la Foire de Paris. **PM**

Jacques Pernet sur la Riviera

Nouvel atout pour le tourisme-santé

Parmi les nombreux atouts touristiques de Montreux, le tourisme de santé bénéficie sans aucun doute d'une place privilégiée. Dans ce créneau, le groupe Biotonus Clinique Bon Port/Excelsior entend jouer un rôle de leader. Et c'est bien pourquoi il vient de faire appel à un hôtelier très connu...

JEAN-CHARLES KOLLROS

Jacques Pernet, ancien directeur de Lausanne-Palace, actuellement à la tête de l'Hôtel des Trois-Rois, à Bâle, viendra en effet rejoindre l'équipe du Dr. Claude Rossel dès cette semaine. Au choix d'une telle personnalité, une raison: depuis 1984, Biotonus Clinique Bon Port a fait souffler un nouvel esprit sur l'hôtel, en s'orientant vers une clientèle individuelle haut de gamme. Bénéficiant d'une situation exceptionnelle, pieds dans l'eau dans le golfe de Ternet, la clinique et l'hôtel accueillent des hôtes du monde entier que les traces de la vie quotidien-

ne poussent à venir chercher détente et repos.

Lutte contre le stress

Spécialisée en matière de lutte contre le stress et de prévention du vieillissement, la clinique est, il est vrai, un des hauts lieux les plus connus en matière de revitalisation et de traitement des malades de civilisation. Sous l'influence du Dr. Rossel et de son équipe, de nouveaux séjours hôteliers ont été développés pour toute une clientèle désirent retrouver dynamisme, forme et vitalité. Des séminaires spécifiques de gestion du stress et du temps sont organisés sous le nom de «Tonus Management».

Renouveau

Sur le plan des chiffres, l'hôtel a enregistré 15 300 nuitées en 1993, dont 6800 purement cliniques (sans compter les accompagnants, les personnes séjournant dans le cadre de «Santé/Beauté» ou les individuels suivant les séminaires «Tonus Management»). Mais si la clinique a bien-tôt atteint ses limites de capacité, l'hôtel en est loin, d'où une volonté de renouveau et l'engagement d'un profes-

sionnel comme Jacques Pernet. Et cela d'autant plus qu'au cours des six dernières années, la SA du Grand Hôtel Excelsior a investi plus de trois millions de francs en entretien pour améliorer l'outil de travail. Depuis le début de 1994, l'hôtel a également enregistré un double résultat extrêmement satisfaisant: un taux d'occupation des chambres de 66% en février, respectivement de 60% en mars.

Cuisine diététique

Pour le Dr. Claude Rossel, le fulgurant développement des séjours non médicaux «Santé/Beauté» permet de penser que l'érosion des nuitées hôtelières pourra être stoppée et que, grâce à cette activité, l'hôtel trouvera un nouveau développement, servi également par la cuisine «diététique gourmande» du chef Philippe Henry. Avec la collaboration de Josée Lorente, appelé à superviser les finances et la stratégie du groupe, Jacques Pernet pourra donc retrouver un fleuron de l'hôtellerie vaudoise, un navire de 55 000 m², 62 chambres et suites, d'innombrables salons, salles de fêtes et de restauration, le tout dans le plus pur style victorien. **PM**

Minotels Suisse Accueil

Progression

La chaîne de collaboration Minotels Suisse Accueil (MSA) a traversé la récession sans dommage. Selon le rapport présenté lors de l'assemblée générale, à Suhr (AG), elle se trouve même en mesure d'afficher, pour 1993, une augmentation de 3% du chiffre d'affaires, qui a atteint 3,7 millions de francs. Ce résultat ne concerne que les réservations individuelles, et non les groupes et séminaires. MSA (104 établissements) voit dans ce phénomène une conséquence directe de l'adéquation de son offre à un moment où les budgets sont limités. La chaîne entend en effet s'affirmer dans le domaine des étapes régionales, des escapades gastronomiques ou des séjours liés à des sports extrêmes (rafting, canyoning etc.). Marielle Gov, directrice de MSA, a relevé le succès remporté auprès de la clientèle du sud de l'Europe. La centrale d'achat de MSA, présidée par Pierre-Yves Fiora, représente 87 fournisseurs, 20 millions de chiffre d'affaires et un million de rabais de quantités. Elle a également progressé l'an passé. Minotels Europe (700 établissements dans 27 pays), groupe dirigé par Pierre Gov, vice-président exécutif, connaît également une évolution de croissance. **PM**

Projet de port à Montreux

Parking sous-lacustre

Montreux pourrait compter sous peu un nouvel atout dans son jeu: un port de petite batellerie, à vocation fortement touristique, assorti d'un important parking sous-lacustre. Les Zurichoïses ont été avertis du projet... avant les habitants de la région concernée!

A cela une raison: le Groupe Général Parking, leader dans l'avancement du dossier, a choisi le terrain fertile d'un important salon nautique spécialisé tenu à Zurich, pour y conduire une première phase de prospection auprès de souscripteurs potentiels. Une initiative d'ailleurs couronnée de succès... à en juger par les déterminations financières favorables recueillies sur place. C'est la découverte d'un prospectus vantant les avantages - bien réels - du dossier qui a dès lors incité un conseiller communal montreusien à demander quelques explications complémentaires à la Municipalité, la semaine dernière.

Bases privées

Il est vrai qu'il s'agit d'un projet tout sauf négligeable qui prendrait place à proximité immédiate du nouvel Auditorium Stravinski, c'est-à-dire dans un secteur où des places de parc seraient particulièrement bienvenues et qui a de plus en plus tendance à devenir l'un des pôles de Montreux. La création d'un port de petite batellerie constituerait également un «plus», la Riviera croulant véritablement sous les demandes de propriétaires de bateaux.

Conçu sur des bases privées, le projet devra bien sûr suivre toutes les étapes de la procédure légale en la matière. Il apparaît toutefois aujourd'hui que son financement ne devrait pas poser trop de problèmes. On parle même d'un commencement des travaux déjà cet automne. Au-delà de son attractivité propre, ce projet revêt encore une autre signification pour Montreux: sa concrétisation rapide renforcerait encore le poids du secteur «ouest» de la ville alors que le vaste secteur situé à côté de la place du marché, très vétuste, attend toujours le démarrage du projet «Forum», lui aussi à forte vocation touristique. JCK

Région de Fribourg

Des outils de travail

Au terme de son deuxième exercice, la nouvelle Association touristique de la région de Fribourg, qui englobe Fribourg et dix communes environnantes, a pratiquement mis en place son outil de promotion puisqu'il s'agit là de la principale activité de cet organisme au sens de la Loi fribourgeoise sur le tourisme: prospectus, manuel de vente, etc. Ses actions sont naturellement toujours couplées avec celles de l'Office du tourisme de la ville de Fribourg que dirige Albert Bugnon.

Le financement est assuré, outre une subvention de l'Etat de 77 000 francs, par les communes, à raison de deux francs par habitant: un bel exemple donné par le tourisme à l'heure où l'on parle beaucoup de collaboration intercommunale! Trois projets de poids, qui sont autant d'outils de travail pour le développement économique-touristique de la région, devraient se réaliser bientôt: le golf 18 trous de Wallendorf (dont l'ouverture est prévue pour l'été 1994), un hôtel trois étoiles de 120 chambres et une grande salle d'expositions (Hallexpo ou Expositum), tous deux sur la commune de Granges-Paccot... traversée par la N 12. JS

MÉLI-MÉLO

Programme 1994 des courses pédestres

La Fédération suisse de tourisme pédestre vient de publier son programme des courses pour 1994. La brochure réunit toutes les courses accompagnées des associations de tourisme pédestre. Elle sera aussi utile aux personnes préférant organiser elles-mêmes leurs excursions. On y trouve en outre une liste des cartes et des guides disponibles. sp/PM

Guide touristique

«Switzerland, the best seller!»

La Suisse serait-elle plus belle et plus appréciée dans la langue de Shakespeare? On pourrait l'affirmer en découvrant l'ouvrage écrit par... l'Australien Mark Honan qui, avec «Switzerland - a travel survival kit»*, consacre à notre pays un guide enthousiasmant, clouant le bec aux détracteurs des vertus de l'image helvétique traditionnelle. Désolé pour eux, mais elle fait encore recette...

JOSÉ SEYDOUX

Si ça n'est pas le premier guide généraliste consacré à la Suisse, ce guide écrit en anglais, publié aux éditions «Lonely Planet» parmi 130 autres titres et imprimé à Singapour, s'avère le plus complet, le plus fouillé et le plus pratique... du moins pour les touristes anglo-saxons et tous ceux qui en partagent la sensibilité. «Les choses marchent en Suisse et marchent bien», écrit le jeune auteur australien, ébahi par la beauté des Alpes («qui méritent à elles seules déjà une visite en Suisse»), les trains, l'armée et pas mal de clichés de ce «highly valued coin»... qui restent - n'en déplaise aux détracteurs de la Suisse - nos meilleurs atouts.

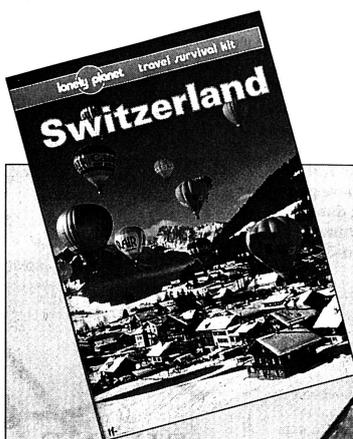
Toute la Suisse en anglais

Après une excellente introduction sur ses aspects géographiques, historiques, politiques, économiques, sociaux et culturels, Mark Honan décrit et détaille la Suisse dans l'ordre des régions de l'ONST: au total, 350 pages d'informations, de descriptions, de conseils et de «tuyaux» sur la meilleure façon de découvrir la localité, que l'on soit un jeune routard désargenté ou un riche voyageur, avec une pointe de sympathie cependant pour le premier à qui l'on indique les hôtels et restaurants offrant la meilleure relation prestations/prix. Pour Mark Honan, «the top hotels in Switzerland are among the top hotels in the world». Du moment qu'il l'écrit...

Une foule de données pratiques sur les particularités de la Suisse font de «Switzerland» un véritable ouvrage didactique. Mais comment les professionnels suisses du tourisme perçoivent-ils ce genre de support d'information? Les avis sont unanimes: un guide en anglais, distribué dans le réseau mondial de vente de Lonely Planet, ne peut être qu'un «plus» pour favoriser la venue en Suisse de la clientèle anglo-saxonne, mais aussi de celle qui, au travers des cinq continents, utilise l'anglais comme langue véhiculaire.

Lacune comblée

Le premier mérite du guide «Switzer-



Le guide édité en anglais par Lonely Planet, qui utilise les clichés de la Suisse traditionnelle, devrait favoriser la venue en Suisse d'une large clientèle anglophone. Photo: Ex-Press

land» est de réunir, dans un même ouvrage, une foule de données se trouvant dans des centaines de supports, listes d'hôtels, prospectus et autre littérature

spécialisée. Artou Diffusion, à Genève, qui s'est assuré l'exclusivité de sa distribution en Suisse, va prochainement contacter tous les offices du tourisme

pour qu'ils le tiennent à disposition de la clientèle. Quelque 360 libraires de notre pays l'ont d'ores et déjà mis en vente. Autant d'excellentes initiatives, comme le souligne Philippe Chablot, co-responsable de la Librairie du Voyageur (Artou), qui constate que «Switzerland» est «Le résultat d'un travail que les Suisses auraient dû faire et le complément indispensable à ce qui existe, mais qu'ils n'ont pas su communiquer ni osé risquer». En tout état de cause, ce «Switzerland» pourrait bien s'avérer le meilleur vendeur de la cause touristique suisse sur le plan international. Curieux tout de même que le pays qui a inventé l'assurance sur la vie fasse aujourd'hui l'objet d'un «guide de survie»... Sans doute que la «Swiss way of life» mérite le détour.

* «Switzerland - a travel survival kit», Mark Honan, Editions Lonely Planet, Hawthorn (Australie), 1994. Prix: 25 francs. En librairie.

Un auteur bien conseillé

Pour rédiger son guide, Mark Honan a été particulièrement bien informé au départ et aidé dans ses recherches par les services de l'Office national suisse du tourisme à Londres. En possession d'une lettre de recommandation de l'ONST, destinée à faciliter ses contacts avec les offices du tourisme régionaux et locaux en Suisse, l'auteur du guide «Switzerland» a visité la Suisse à fin 1992 et au début de 1993.

Patrick Walter, chef du service de presse de l'Office du tourisme du canton de Vaud, entre autres, se souvient de sa vi-

site et lui a remis, au cours d'une seule entrevue, tous les textes de presse à disposition ainsi que de très nombreux prospectus.

Mais Mark Honan, simplement muni de cartes d'accès, a visité le canton tout seul, sans accompagnement. «Un rapport investissement/résultat épatant», fait remarquer Patrick Walter... par ailleurs très heureux d'avoir pu constater, par la suite, que la couverture de «Switzerland» était vaudoise, avec une vue des ballons de Châteaux-d'Oex.

JS

Touristorial

Serions-nous tous maso-suisses ?



A mesure que tombent les résultats du tourisme suisse en 1993, plus lourde apparaît la chute: un bilan désastreux, inégalé depuis 1979. Avec une constante depuis un lustre: l'inversion des courbes de progression entre les vacances des Suisses à l'étranger et celles des Suisses dans leur propre pays. C'est que les autres deviennent meilleurs, plus attractifs, ce qui influe aussi sur la demande étrangère, au même niveau l'an dernier qu'en 1987... C'est un peu toute l'image de la Suisse qui pâlit. Stoïque dans la tempête statistique, la gent touristique suisse n'a d'autres explications que celles de la conjoncture défavorable, du mauvais temps et des cours de change pénalisants. Un peu facile pourtant. Ah que la récession est jolie!

*

A l'heure où s'écroulent les beaux principes des origines de la Confédération -

les mythes de notre Histoire - au travers des douzes thèses du Prof. Werner Meyer présentées depuis quelques jours au public romand, les mites du tourisme sont à l'oeuvre. Les observateurs apprennent à leurs dépens que leur secteur chéri, lui non plus, n'est plus ce qu'il était. Mais nous sommes-nous demandés une fois si nous n'étions peut-être pas, péchant par masochisme et perfectionnisme, autosuffisance... et «touristocides», les artisans de nos propres ennuis? Si nous n'avons pas implicitement tout fait pour détruire, du moins pour miner le tourisme suisse. Si nous ne l'avons pas cherché...

*

Certes, la Suisse tire derrière elle, comme un boulet, fût-elle injustifiée, une image de cherté, de mercantilisme, de supériorité déplacée et de mollesse intellectuelle. Indéniablement, on reconnaît notre courage, on nous aime moins dans le public européen. Cela commence à la frontière, où les automobilistes étrangers paient leur billet d'entrée, pour se poursuivre sur les autoroutes où les entraves irritent les usa-

gers (limitations excessives, chicanes en tous genres jusqu'au fair play par appels de phares pour prévenir l'arnaque qui est désormais réprimé pénalement). C'est le paradis des interdictions, après le vin du cru sur les restaurations, les courses automobiles en circuit, le saut à l'élastique, le camping sauvage, les piques-niques sur les terrasses, les ULM et bientôt l'hélicoptère dans les Alpes...

*

Mais il y a pire, car si l'option prise par la Suisse de vouloir pratiquer un tourisme d'un certain niveau n'est pas génératrice de clientèle dans la morosité conjoncturelle, notre pays touristique n'avance guère sur le plan de la qualité du service où celui-ci est assumé par huit à neuf étrangers sur dix. Or, c'est l'antithèse du service touristique qui doit être, par essence, une émanation de la population d'accueil. La Suisse n'a pas les moyens humains de sa politique touristique. L'appareil de production serait-il trop ambitieux? Toujours est-il que, si nous avons les équipements, nous n'avons pas les hommes en suffisance pour les faire marcher. Situation

gravissime que le chômage, d'ailleurs, n'a pas du tout permis d'atténuer.

*

Il y a d'autres «points noirs» à relever, tels que l'approche déficiente de la clientèle grand public (90% de la clientèle européenne du tourisme d'agrément en Suisse) et les faiblesses de l'action incoming, le cafouillage de la promotion touristique qui privilégie les unités administratives (cantons) au détriment des entités touristiques interrégionales brisées dans leur action, l'information touristique désastreuse dans les restaurations (huit touristes sur dix se déplacent en voiture), l'absence de véritable politique d'accueil dans les villes au niveau des services publics (transports en commun, police, etc.), pas beaucoup plus dans le tourisme familial et des extras trop chers (refrain toujours au Top 50!)... Cette accumulation de facteurs négatifs (et faute de place la liste n'est pas exhaustive) fait que l'on ne peut pas objectivement s'annoncer de voir que la Suisse a mal à son tourisme et que sa réputation s'étiolé.

José Seydoux

Assemblée des présidents SSH

Parés pour affronter le régime de la TVA

Les hôteliers suisses sont parés pour affronter le régime de la taxe à la valeur ajoutée (TVA) avec un taux d'exportation. Un guide expliquant la manière de s'adapter au nouvel impôt a en effet été présenté lors de l'assemblée ordinaire des présidents de sections et d'associations cantonales SSH qui s'est tenue la semaine dernière à Berne.

MIROSLAW HALABA

L'introduction de la TVA, en principe le 1er janvier 1995, est un événement majeur pour le régime fiscal suisse. Pour la branche hôtelière, qui sera soumise pour la première fois à un impôt sur le chiffre d'affaires, c'est un changement fondamental. L'exercice s'avère donc complexe, car les délais d'adaptation sont très courts et les directives d'exécution ne sont pas encore connues ou n'ont pas encore été interprétées par l'administration des contributions. A cela s'ajoute l'incertitude concernant le taux d'exportation qui serait appliqué à l'hôtellerie.

Comment les hôteliers, qui doivent déjà communiquer leurs prix pour 1995, doivent-ils donc procéder pour satisfaire les nouvelles exigences. La SSH a décidé de les aider au plus vite. Sous l'égide de la commission d'économie publique et de prospective et sous la direction de Christian Hodler, vice-directeur, elle a élaboré, en l'espace de quatre mois, un guide de 70 pages qui répond aux nombreuses questions qu'ils se posent sur ce problème.

Applaudissements

Un remarquable ouvrage que les présidents ont salué par des applaudissements. Il est en fait le premier du genre en Suisse et, selon certaines informations, il aurait éveillé un fort intérêt auprès des fonctionnaires fédéraux qui planchent sur les détails du nouvel impôt, a indiqué le président central, Alberto Amstutz. La brochure existe en allemand et en français. Pour Christian Hodler, l'hôtellerie a de bonnes chances de bénéficier d'un taux d'exportation sur le secteur du logement

(nuitée et petit déjeuner). Ce qui n'est pas le cas pour la restauration et la parahôtellerie. La motion, qui demande ce taux spécial, a été acceptée par le Conseil des Etats, mais doit encore affronter le Conseil national. Afin d'être aussi prêt pour le pire des cas, soit le taux normal de 6,5%, Christian Hodler a recommandé aux hôteliers de prévoir une hausse moyenne des prix de 7%. La base de calcul étant les chiffres d'un hôtel trois étoiles dont la proportion restauration-logement est de 65 à 35%.

Les retournements de situation étant toujours possibles, le directeur de la SSH, Heinz Probst, a invité les membres à exercer leur influence pour que la motion passe également la rampe du Conseil national et, avant cela, celle de la Commission de l'économie et des redevances, commission qui devrait formuler des recommandations concernant le taux spécial.

Dans les kiosques

D'autres informations intéressantes ont aussi été données la semaine dernière. Important instrument de promotion, le guide hôtelier, nouvelle formule, qui sortira pour 1995, avance à grands pas la réalisation. Un peu moins de deux tiers des hôtels représentés paraîtront avec leur photo, a dit Heinz Probst. C'est tout ce que prévu. Dommage cependant que cette part ne soit pas plus élevée, l'impact du guide serait accru d'autant, a-t-il estimé. Le succès du guide, a-t-il expliqué en substance, dépendra notamment de la



Echanges avant l'assemblée. Heinz Probst, directeur de la SSH, (à gauche) et Peter von Siebenthal, représentant de la section Gstaad-Saanenland.

Photo: Jean-Paul Fährdrich

manière dont il aura été présenté aux offices du tourisme, utilisateurs et canaux de distribution potentiels. Pour ce qui est de la distribution, disons encore que le guide sera en vente pour la première fois dans les librairies et les kiosques suisses. A l'étranger, celle-ci se fera, comme jusqu'ici, par le biais de l'ONST et de Swiss-

air. Une attention particulière sera par ailleurs accordée à la distribution en Allemagne. Là aussi, on pourra trouver l'ouvrage dans les points de vente, voire dans les foires, celles du livre, par exemple.

Convention collective

Le président de la commission de législation du travail, Walter Trösch (Lenzerheide-Valbella), a informé l'assistance sur l'état des négociations avec les partenaires sociaux. Les discussions salariales pour 1994 ont débouché sur un statu quo, à l'exception des deux premières catégories de salaires qui bénéficieront chacune d'une hausse mensuelle de 50 francs. Les pourparlers pour le renouvellement de la convention collective en 1996 figurent déjà à l'ordre du jour. Walter Trösch a présenté les diverses variantes possibles. Il a surtout mis en garde ceux qui se laisseraient séduire par l'option «sans convention». Cette option, a-t-il dit, serait préjudiciable aux petites entreprises et aux régions de montagne car elle accélérerait le déplacement structurel des tra-

vailleurs. L'optimum dans ces négociations serait, à ses yeux, le prolongement de la convention de deux ou trois ans.

Le président central, Alberto Amstutz, a quant à lui passé en revue les préoccupations actuelles. Il a notamment évoqué la baisse des nuitées en 1993 de 3%. Compte tenu de l'environnement difficile (cours de change défavorables, intempéries aux Grisons et au Valais), ce résultat peut-être qualifié d'«excellent». Il s'est réjoui également du fait que l'on parle de plus en plus du tourisme et cela de manière positive. Il a par ailleurs relevé le rôle important que joue la Société suisse de crédit hôtelier. Une étude d'efficacité est actuellement en cours et M. Amstutz espère qu'elle permettra de renforcer encore cette institution. On indiquera enfin qu'une Vaudoise prendra cette année la présidence de la Fondation de l'EHL SSH. Il s'agit de *Marianne Géatz* qui remplacera *Christian Seiler*.

Le prochain rendez-vous est fixé aux 27 et 28 juin à Lenzerheide-Valbella où aura lieu l'assemblée des délégués.

Voir également en pages 3 et 12

Classification bientôt terminée

Exercice quinquennal, les travaux de la classification hôtelière 1995 se terminent. Jusqu'ici ce sont 2400 dossiers qui ont été réglés, a indiqué lors de l'heure de question le président de la commission de la classification et du guide des hôtels, Hans Geiger (Bad Ragaz). Sur ce nombre, 1400 hôtels ont été visités. «C'est un grand travail qui touche aux limites d'une activité de milice», a-t-il dit. Le directeur de la SSH, Heinz Probst, a tiré un parallèle avec 1990, date de la dernière classification. A cette époque, 630 décisions négatives

avaient été prises et le nombre de recours s'était élevé à 350. Aujourd'hui, on a jusqu'ici 300 décisions négatives et 150 recours. On notera que les cas spéciaux, c'est-à-dire des hôtels de standard élevé qui ne remplissent pas toutes les normes, comme la grandeur des chambres, seront mis dans une catégorie «non-classés». Expliquant les déclassements, M. Geiger a indiqué que les normes n'avaient pas été rendues plus sévères, mais qu'une attention particulière avait été portée sur le respect des normes existantes. MH

Hôtellerie française

L'avenir passe par le regroupement

Se grouper pour améliorer ses résultats: telle est la voie suivie par un certain nombre, d'hôteliers suisses indépendants, présentée dans l'*Hôtel Revue* du 20 janvier 1994. Ailleurs, ce thème est aussi l'objet d'un grand intérêt, particulièrement en France, où l'hôtellerie est gangrenée par la surcapacité. La concurrence sans merci qui en découle favorise des pratiques comme le dumping des prix.

Dans ce pays pourtant, les grandes chaînes ne sont plus considérées comme les fossoyeuses de l'hôtellerie indépendante. La Fédération nationale de l'industrie hôtelière (FNIH) s'est même unie l'an passé au Groupement national des chaînes (GNC). De nouvelles stratégies doivent se développer afin d'éviter que ne sonne le glas des hôtels traditionnels. Pour Jacques Thé, président de la FNIH, cité par le *Quotidien du Tourisme* du 14 janvier, «le regroupement des hôtels indépendants est une nécessité».

S'associer oui, mais pas n'importe comment. L'hétérogénéité est à bannir. Toutjours selon Jacques Thé, la collaboration doit mener à l'élaboration d'un produit unique et identifiable. La solution, c'est donc le regroupement thématique, à l'exemple des Relais et Châteaux. PM

MELI-MELO

«Satisfaits ou invités»

«Climat de France» prend un pari osé: la chaîne hôtelière française propose à tous ses clients d'être «satisfaits ou invités». Les mécontents se verront offrir gratuitement une nuit pour deux personnes et un cadeau. Si en théorie Climat de France veut viser le défaut zéro, dans les faits, la chaîne risque de voir se multiplier les mécontentements «bidons». VT

Maurice Urech au Royal Plaza à Montreux

Une année après, la foi demeure !

C'était le 28 avril dernier et la nouvelle faisait grand tapage médiatique: les nouveaux propriétaires de l'établissement annonçaient la disparition de l'hôtel de chaîne Hyatt Continental Montreux au profit du Royal Plaza. Une année après, coup de projecteur sur cette «révolution» en compagnie du directeur général des lieux, Maurice Urech.

Avec la franchise qui le caractérise, Maurice Urech ne dissimule pas que la période séparant juin 1993 à Pâques 1994 n'a pas été très satisfaisante, d'une manière générale: «Après un été placé sous le signe de la mutation de l'hôtel, l'hiver a été très calme, loin de ce que l'on aurait pu attendre du marché, le marché de Vevey-Montreux étant par ailleurs ce qu'il est. Il est réel que l'économie ne va pas très bien et que les gens hésitent davantage à dépenser. Chaque franc est en revanche... pensé!»

Bonne fréquentation

La période de Pâques, au niveau hôtelier, se révèle également décevante. Mais à cela une raison bien précise: sous le régime Hyatt, l'hôtel a été entièrement loué, trois années successives, durant toutes les fêtes de Pâques, à une société privée, ce qui excluait dès lors toute clientèle extérieure. «L'ensemble de nos restaurants ont en revanche connu une très bonne fréquentation, y compris l'Auberge de Chaulin, établissement gastronomique, également géré par le Royal Plaza. D'une manière générale, on peut affirmer que la clientèle qui descend chez nous constate qu'il y a un re-



Maurice Urech: «Les affaires sont en train de redémarrer».

Photo: IIR

nouvel et de formidables potentialités à retrouver», constate M. Urech.

Lors du passage du Hyatt Continental au Royal Plaza, Maurice Urech n'avait pas fait mystère de sa foi en l'avenir et dans le développement d'un hôtel de haut de gamme, entièrement tourné vers l'excellence et le luxe, au travers d'une maximisation des prestations de tous ses services. Il conserve aujourd'hui cette même foi. «Cela se fait en douceur mais je reste confiant dans les potentialités du Royal Plaza. Il y a certes encore des choses à revoir pour les remettre au goût européen mais les infrastructures sont bonnes, l'intérêt est là. Et je peux aussi constater, à la faveur des nombreux déplacements que je viens de faire à l'étranger, que les affaires sont en train de redémarrer. Cela est vrai aux Etats-Unis mais aussi en Allemagne et je crois que certains redimensionnements auront été en définitive salutaires».

Un peu inquiet

Maurice Urech – par ailleurs président de l'Association cantonale vaudoise des hôteliers (ACVH) – se montre en revanche un peu plus inquiet en ce qui concerne l'image de Montreux. «Cette image de Montreux à l'extérieur n'est pas bonne au niveau de la clientèle individuelle. Cela s'explique par le fait que l'accent principal a été placé, pendant longtemps, sur les congrès et les grandes manifestations mais il est nécessaire aujourd'hui de rétablir certaines bases, d'explorer de nouvelles filières», explique Maurice Urech. Dans ce contexte, le directeur général du Royal Plaza fonde ses espoirs sur les remises en question positives qui commencent à agiter aussi bien l'Office des congrès et du tourisme de Montreux que l'Office du canton de Vaud ou encore, au sommet de la hiérarchie, l'ONST. JB

LIEGENSCHAFTENMARKT

WALMO AG

UNTERNEHMUNGSBERATUNG - IMMOBILIEN
UND HANDELSGESELLSCHAFT

Gegründet 1964 Aktienkapital sFr. 300 000.-

ZU KAUFEN GESUCHT

IM AUFTRAG EINER
VERSICHERUNGSGESELLSCHAFT

HOTEL-
RESTAURANT

GEEIGNET FÜR SEMINARE
GANZE SCHWEIZ MÖGLICH

OFFERTEN MIT ALLEN NÖTIGEN
UNTERLAGEN AN:

WALMO AG P.O.B. 545 FL-9490 VADUZ

63457/380474

Ab Frühling oder nach Vereinbarung zu verpachten
DAS Traditionslokal im Zentrum von **Bad Zurzach**

Hotel/Restaurant zum Roten Ochsen

Einer fachlich gut ausgewiesenen Persönlichkeit bietet sich mit diesem geschichtreichen Haus die Möglichkeit, Altes weiterleben und neue, innovative Ideen verwirklichen zu lassen.

Brasserie/Restaurant «Ochsenstube» 70 Plätze
Gartenterrasse (Direktzugang von Kurpark) 60 Plätze
3 Kegelbahnen mit Kegelstube und Bar, 60 Plätze
gut ausgestattete Küche

Ihren Ideen stehen weitere Möglichkeiten offen!!!

Ernsthafte Interessenten erhalten weitere Auskünfte bei

FORTUNA Grundstücke AG
Herr Klopferstein 01 712 53 83

65125/376914

Nach Vereinbarung zu übernehmen im Zentrum
von Bern, bestgelegenes

ASIEN RESTAURANT

mit Terrasse

Das Restaurant umfasst zwei trennbare Lokale mit
total 110 Plätzen. Die Räumlichkeiten sind sehr
modern und stilvoll umgebaut.

Zu übernehmen ist das Gross- und Kleininventar.
Das Restaurant kann mit dem bestehenden Konzept
übernommen werden.

Interessenten melden sich bitte bei:

Paul Winkler, Unternehmensberatung,
Weinmarkt 11, 6004 Luzern (Telefon 041 51 54 61)

65059/380768

Gesucht

Café

an guter Passantenlage
oder Quartiercafé
oder Räume für Neueröffnung

Kauf/Miete

Region: Bern, Biel, Fribourg,
Lyss usw.

Offerten unter Chiffre 63682 an hotel
+ touristik revue, Postfach, 3001
Bern.

63682/380970

Zu verkaufen oder zu verpachten

Hotel-Restaurant

in gemischtsprachiger Ortschaft (D, F) mit 5000 Ein-
wohnern.

Das Haus ist neuwertig und liegt im Zentrum, Nähe
Bahnhof (Schnellzughalt), 18 rustikale Zimmer möbliert,
mit Bad oder Dusche, Telefon und TV Gerät. Grosse Gast-
stube und Speisesäle. VP Fr. 1 200 000.-, inkl. Grossin-
ventar + Hotelwäsche! Der stolze Betrieb kann jederzeit
übernommen werden!

Offerten an:
F. Gimmel, Sonnenfeldstrasse 31, 4563 Gerlafingen.
Telefon 065 35 44 55, Natel 077 31 71 47,
Fax ebenfalls 065 35 44 55.

Achtung: Festhypothek auf 3 Jahre 4% !!!

63635/380750



Wenn's presiert...

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



Alpenrösti

Wir suchen für die seit vier Jahren
eingeführte Genossenschaftsbeiz
«Alpenrösti» in Thun ein qualifizier-
tes

Beizenteam

das den Betrieb am 1.8.1994 (oder
nach Vereinbarung) übernimmt.

Das Alpenrösti verfügt über eine
Gaststube, ein Sälli und eine Gar-
tenwirtschaft (70/30/50 Pl.) sowie
eine gute Infrastruktur.

Wir wünschen uns ein innovatives
Team, das seine eigenen Ideen in
einer ökologisch orientierten Beiz,
einem kulinarischen, kulturellen und
politischen Treffpunkt verwirklichen
wird.

Weitere Informationen:

Mi - So, Tel. 033 22 88 96, Katrin
Stirnemann verlangen.

Schriftliche Bewerbungen bis Ende
April an die

Genossenschaft Alpenrösti,
Allmendstrasse 16, 3600 Thun.

65088/382011

KARIBIK

Dominikanische Republik

Wo ist mein Partner, der mit mir
baldmöglichst ein attraktives 20-
Zimmer-Hotel mit hoher Rendite
realisieren möchte.

Ich, CH-Bürger, 35, besitze ein fan-
tastisches Strandgrundstück
(4.200 m²) an der Südküste und nur
20 Min. vom intern. Flughafen en-
fernt. Die Projektpläne sind erstellt
und staatl. bewilligt. Geleistete Ei-
geninvestition US \$ 600 000.-. Das
Direktionsgebäude, best. aus
Wohnhaus und sehr schönem 2-Zi.-
App. für den zukünft. Partner, wurde
bereits realisiert.

Wenn Sie über Eigenmittel von
mind. US \$ 200 000.- verfügen und
sich Ihre Zukunft in der Karibik vor-
stellen könnten - dann rufen Sie
mich bitte an.

Telefon/Fax:
0041 61 57 18 09 oder 711 75 46

65099/382016



atlas hotel ag

Weiches

initiative
Direktionsehepaar

möchte sich der grossen
Herausforderung stellen und auf
die kommende Wintersaison voller
Elan das Ruder des

Hotel Edelweiss in
Engelberg

übernehmen?

Dieses renovierte Jugendstil-Hotel
aus der Jahrhundertwende und an
besten Lage ist bereit, 80 Gästen
ihren Urlaub zu versüssen.

Ihre Aufgabe ist es, in enger
Zusammenarbeit mit uns ein
zukunftsgerichtetes Konzept zu
erstellen, welches von Ihnen voller
Überzeugung in die Praxis
umgesetzt wird.

Wir bieten Ihnen grosse Freiheiten
und gute Verdienstmöglichkeiten.

Sind Sie bereit? Wir freuen uns auf
Ihre schriftliche Bewerbung an

Direktion
atlas hotel ag
Postfach
8024 Zürich

Diskretion ist selbstverständlich!

65060/48747



**macht, dass Ihr
Lachen ein Leben
lang hält.**

Zu verkaufen

Snack-Bar

an zentraler Lage in **Ascona**.

Preis Fr. 150 000.-, verhandelbar.

Offerten an Chiffre Z 279-6964, an
ofa Orell Füssli Pubblicità SA, Post-
fach, 6501 Bellinzona.

0 65055/199176

Wallis, Grächen

zu verkaufen
3-Stern-Hotel

renovierter, gemüthlicher
Familienbetrieb:

35 Betten
50 Restaurationsplätze
50 Saalplätze
Sonnenterrasse
wenig Eigenkapital erforderlich.

Weitere Objekte auf Anfrage.

HERMANN WITSCHARD

3920 VISP
TELEFON NÄHE 028/46 22 10
077/28 52 10
NATEL
FAX 028/46 22 45

P 65090/44300

Zu kaufen (evtl. vorerst pachten)
gesucht

Hotel garni oder
Hotel/Pension

in der Deutschschweiz.

Ansprechende Lage, zirka 40 Bet-
ten. Solventer Interessent.
Termin nach Vereinbarung.

Angebote unter Chiffre 65057 an
hotel + touristik revue, Postfach
3001 Bern.

65057/354201

USA/Motel/Hotel mit Visa

min. Kapital US\$ 250 000.-

Fax (USA): 001 505 293 65 86

62919/379719

Unternehmensberatung

DASS SIE

- als aufgeschlossene Gastgeber
- als marktorientierte Hoteliers
- als wirtschaftlich ausgerichtete Unternehmer

von der beruflichen Ausbildung und Erfahrung her in Ihrem Element
sind, setzen wir bei Ihnen als unser

Mieter-Paar
(Mieter/Mieterin)

voraus.

Teilen Sie aber auch unsere Philosophie

- einer mitarbeiterorientierten Führung
- eines beispielhaft ökologischen Wirtschaftens
- einer nicht nur auf zahlende Kunden, sondern auf Menschen
ausgerichtete Gastgeberrolle?

Ja - dann steht Ihnen für eine erfüllende Aufgabe, eine starke
wirtschaftliche Grundlage und ein partnerschaftliches Verhältnis
zwischen Ihnen als Mieter und uns als Vermieterin nichts mehr im Wege.

Wir möchten mit unserem

Hotel garni und Restaurant

auf gastgewerblichen Pfaden wandeln, die in vielem auch ein Abweichen
von der Norm erlauben.

Das 60-Betten-Hotel mit einem schmucken Quartierrestaurant
(50 Plätze) wird diesen Sommer auf Marktkurs erneuert. Es steht in
einer der grösseren Städte der Deutschschweiz an gutem Standort.

Es soll in seinem Preis-Leistungsverhältnis in der untern Klasse führend
sein, es soll von seinen «atmosphärischen» Besonderheiten in der Stadt
gesprochen werden. Mit Ihrem engagierten Einsatz.

Der Mietantritt ist auf Anfang 1995 erwünscht. Für die Übernahme des
Kaufinventars ist mit einem Kapital von Fr. 100 000.- zu rechnen.

Wenn Sie diese erste Verlockung anspricht, dann sollten wir mehr
voneinander erfahren. Deshalb freut uns Ihre Bewerbung mit Lebenslauf,
Zeugnissen und Fotos an:

Treuhand SWW
Unternehmensberatung
Erich Berger
Standstrasse 8
3014 Bern

Treuhand SWW

für Gastgewerbe + Hotellerie



65126/300152

IBS INFORMATION - BERATUNG - SERVICE FÜR HOTELLERIE UND RESTAURATION

WIR SIND EINE FACHSTELLE MIT ÜBER 50 SPEZIALISTEN UND erteilen KOSTENLOS UND KOMPETENT AUSKUNFT...

FINANZEN / TREUHAND / ANALYSEN / GUTACHTEN / SANIERUNG / INVESTITIONEN / ARCHITEKTUR / NEUBAU / UMBAU / REORGANISATION /
MARKETING / GRAFIK / KADERSELEKTION / EDV / VERSICHERUNGEN / FACHTECHNIK / MANAGEMENT / USW.

IBS, Bahnhofstrasse 4, CH-8810 Horgen ☎ 01 / 725 59 16

Ordentliche Präsidentenversammlung SHV

«Wir müssen Hand in Hand für den reduzierten Exportsatz kämpfen»

Zuversichtliche Töne wurden angesprochen, als an der ordentlichen Präsidentenversammlung des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) im Berner Kursaal über das zurückliegende Jahr berichtet wurde. Verbandspräsident Alberto Amstutz, Robert Infanger, GPK-Präsident und SHV-Direktor Heinz Probst waren sich einig: Die Zukunft kann optimistisch angegangen werden.

STEFAN SENN,
STEFAN ZÜGER

Vor sieben Jahren wurde die Neustrukturierung des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) in Angriff genommen. Aus der ursprünglichen «Baukastenmitgliedschaft» konnte im Laufe der Zeit ein engmaschiges, landesweites Netz von Sektionen und Kantonalverbänden der Hotellerie gewoben werden. Mit der vor kurzem erfolgten Statutengenehmigung der letzten Sektion durch die Verbandsleitung wurde nun die einzige noch offene Masche geschlossen: SHV-Präsident Alberto Amstutz bezeichnete diese Entwicklung bis zum heutigen Zustand «als mutigen Schritt nach vorne, der sich mit Sicherheit gelohnt und ein Klima des Verständnisses geschaffen hat, in dem anstehende Probleme gelöst werden können».

Sonn- und Schattenseiten

Steigende Lehrlingszahlen («wie dokumentieren, dass das Interesse an den Berufen in unserer Branche wiedererwacht ist») und die Tatsache, dass das Hotel- und Gastgewerbe in jüngerer Vergangenheit vermehrt positives Medienecho ausgelöst hat, waren weitere Informationen, die Amstutz unter dem Kapitel «Erfreuliche Meldungen im Umfeld des Verbandes» ablegte. Doch um die Sonne scheint, gibt's auch Schattenseiten. Der SHV-Präsident erinnerte in seinen Ausführungen an die zahlreichen Schweizer Hotelfachschüler, die im Ausland kaum mehr, beziehungsweise nicht mehr so einfach eine Arbeitsstelle finden: «Die grossen Hotelketten geben Arbeitnehmern aus den EU-Staaten den Vorzug. Damit werden klar die Auswirkungen des EWR-Neins des Schweizer Volkes im Jahr 1992 dokumentiert», hielt er fest.



SHV-Präsident Alberto Amstutz: ein offenes Ohr für die Anliegen aus der Mitgliedschaft. Foto: JPF

Gutes Betriebsergebnis

Als unerfreulich zu werten sei eigentlich auch der Rückgang der Logementzahlen um drei Prozent im vergangenen Jahr. «Aber», so machte Alberto Amstutz deutlich, «angesichts des ständig wachsenden internationalen Konkurrenzkampfes ist das Ergebnis nicht nur negativ». Diese Aussage werde seiner Meinung nach durch die Zahlen der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) unterstrichen: «Im 1992 ist das Betriebsergebnis 1 seit langem wieder auf durchschnittlich 30 Prozent gestiegen. Dieser Leistung gebührt Anerkennung», betonte Amstutz.

«Normen nicht unterwandern»

Der SHV-Präsident kam weiter auf die Hotelklassifikation zu sprechen. Er lobte das «konsequente Prozedere, das der SHV in enger Zusammenarbeit mit der Kommission Hotelklassifikation und den Regionalkommissionen anwendet», gab aber gleichzeitig seinem Bedauern Ausdruck, dass sich nicht alle Betriebe eben diesem Prozedere in gleichem Masse unterziehen wollen und es deswegen auch zu Austritten kommt. «Die SHV-Klassifikation darf nicht mit andern Klassifikationsnormen unterwandert

werden, die mit Seriosität nichts zu tun haben. Setzen Sie sich dafür ein, dass Betriebe, die auf andere Auszeichnungen setzen als auf Sterne und SHV-Logo, in regionalen und lokalen Hotelführern immer nach den SHV-Betrieben aufgeführt werden – in Ihrem Interesse und im Interesse des Verbandes». Die Klassifikation und die damit in Zusammenhang stehende Qualitätssteigerung war nicht der einzige Bereich, der Alberto Amstutz als Argument für eine SHV-Mitgliedschaft aufzählte. «Was passiert, wenn der Verband die Interessen der Hotelbranche in der Sparte Ausbildung, in der Finanz-, Ausländer- und Sozialpolitik nicht mehr vertritt?» stellte er in diesem Zusammenhang die hypothetische Frage.

Schwarze Zahlen

In seinen Dankesworten an alle Verbandsorgane und -institutionen, an Direktion und Mitarbeiter des Hauptzites erwähnte er besonders Peter Helfer, der nach 23 Jahren Tätigkeit und Engagement im Bereich der Lehrlingsausbildung den Verband bald in Richtung Kanada verlassen wird. SHV-Direktor Heinz Probst kam in seinen Ausführungen noch einmal auf die

schwierige wirtschaftliche Situation zu sprechen, in der sich der Verband in letzter Zeit zu bewegen hatte. Um so erfreulicher zu werten sei, dass die Rechnung 1993 mit einem Mehrertrag von rund 40 000 Franken abschliesse, bekräftigte Probst. «Erreicht wurde ein Cash flow von rund 1 Million Franken, basierend auf einem betrieblichen Umsatz in der Höhe von rund 27 Millionen – und dies bei ordentlichen Mitgliederbeiträgen von 3 Millionen Franken».

Kein Dauerzustand

Nicht unerwähnt lassen wollte Heinz Probst die Personalsituation am SHV-Hauptzitat in Bern. Von 114 bewilligten Stellen seien lediglich 98,8 besetzt gewesen. Ein Umstand, der auf die Dauer nicht beizubehalten sei, «denn unsere Aufgabe ist es nicht, dank personellen Sparmassnahmen einen möglichst grossen Cash flow auszuweisen, sondern den grösstmöglichen Nutzen für den Verband und seine Mitglieder zu erbringen». Probst konnte mit entsprechenden Beispielen aufwarten: Geplant sei in diesem Jahr erneut eine gesamtschweizerische TV-Spot-Kampagne (Thema Familie). Weiter führe man Verhandlungen mit dem Fernsehen S Plus für ein regelmässiges Tourismusmagazin. Der SHV-Direktor lobte in der Folge unter anderem auch die Initiative des Berner Kantonalverbandes, der ein beispielhaftes Programm zur Eindämmung der Arbeitslosigkeit im Gastgewerbe lancierte. Heinz Probst wagte schliesslich einen Blick in die nächste Zukunft: «Brennend ist das Thema Mehrwertsteuer. Wir müssen Hand in Hand alles nur Mögliche tun, um unser Ziel, nämlich den reduzierten Exportsatz, zu erreichen. Es kann in nächster Zeit kaum Sinnvoller geben, als dieses Engagement».

Über die Tätigkeiten der Geschäftsprüfungskommission (GPK) informierte auch deren Präsident Robert Infanger. In seinen Ausführungen hob er ebenfalls den positiven Rechnungsabschluss hervor und erwähnte die Bestrebungen seines Gremiums, alles dazu beizutragen, dass der neue Vertrag mit der Swiss Hotel Association Hotel Management School Les Roches in Bluche (SHA HMS) unter Dach und Fach gebracht werden kann. Schliesslich dankte Infanger allen Spendern zu Gunsten der Unwettergeschädigten im Tessin und im Wallis (*hotel + touristik revue* Nr. 13 vom 31. März 1994).

Sozialpartner

Neue Mindestlöhne

Die Sozialpartner des Gastgewerbes (der Schweizer Hotelier-Verein, der Schweizer Wirtverband sowie die Arbeitsgemeinschaft der Vereinigungen alkoholfreier Betriebe auf Arbeitgeberseite, die Union Helvetia, Schweiz, Zentralverband der Hotel- und Restaurant-Angestellten, auf Arbeitnehmerseite) haben am 23. März 1994 folgende neuen Mindestlöhne, gültig ab 1. Mai 1994, bzw. ab Beginn der Sommersaison 1994 vereinbart: Art. 29, Ziffer 1.

Funktionsstufe II: Angestellte ohne Berufsunterweisung, die eine qualifizierte Berufsausbildung absolviert haben Fr. 2550.–.

Funktionsstufe I: Angestellte ohne Berufsunterweisung oder Anlehre: Fr. 2250.–. Die übrigen Mindestlöhne, d.h. Funktionsstufen III, IV, V, VI und VII sowie Art. 30 und 32 bleiben unverändert. shv

Nouveaux salaires

Les partenaires sociaux de l'hôtellerie et de la restauration (la Société suisse des hôteliers, la Fédération suisse des cafetiers, restaurateurs et hôteliers ainsi que la Communauté de travail suisse des associations des établissements sans alcool, du côté patronal, et l'Union Helvetia, l'association centrale suisse des employés d'hôtel et de restaurant, du côté des travailleurs) ont convenu le 23 mars 1994 des nouveaux salaires minimums valables à partir du 1 er mai 1994 respectivement au début de la saison d'été 1994 comme suit: art. 29, chiffre 1.

Catégorie II: Travailleurs sans apprentissage professionnel, qui exercent une activité professionnelle qualifiée ou qui ont suivi une formation élémentaire: Fr. 2550.–.

Catégorie I: Travailleurs sans apprentissage ni formation élémentaire: Fr. 2250.–.

Les autres salaires minimums, c'est-à-dire catégories III, IV, V, VI et VII ainsi que l'art. 30 et 32 restent inchangés. ssh

GRATULATION

Hans-Rudolf Stettler

Am 8. April 1994 kann in Grindelwald Hans-Rudolf Stettler seinen 80. Geburtsjahr feiern. Stettler war von 1951 bis 1957 Mitglied des Zentralvorstandes SHV und leitete die Sektion Grindelwald von 1945 bis 1956. Wir entbieten dem Jubilär unsere besten Wünsche zu diesem Feiertag. shv

LESERBRIEFE

Herzlichen Dank!

(*hr*) Nr. 13 vom 31. März 1994, «Eine Viertelmillion für Unwettergeschädigte»

Wir (d.h. die Sektionen des SHV von Brig, Saas-Almagell und Saas-Grund) möchten uns auf diesem Wege für gelebte Solidarität und Kollegialität der Schweizer Hoteliers und der Hotela bedanken. In der Nachbetrachtung ist für uns die Erfahrung wichtig gewesen, dass ein geschädigter Betrieb nicht alleine im Regen steht, sondern auf die Unterstützung des ganzen Berufstandes zählen kann. Auf diese Tatsache können wir sicherlich stolz sein. Die spontane moralische wie finanzielle Hilfe, die von vielen Seiten geleistet wurde, schätzen wir sehr hoch ein und sie stimmt uns für die Zukunft unseres Berufstandes sehr zuversichtlich. Wir dürfen allen uns unbekanntem Spendern an dieser Stelle für ihren Beitrag auf das herzlichste bedanken und ihnen versichern, dass die zugesprochenen Gelder gezielt für den Wiederaufbau unseres Erscheinungsbildes eingesetzt werden. Die hinterlassenen Schanden verschwinden von Tag zu Tag und wir freuen uns auf die baldige Ausübung unseres Berufes als Hotelier und ein Wiedersehen in einem intakten Brig, Saas-Almagell und Saas-Grund! Vergelt's Gott!

Reto Steiner,
Präsident Sektion Brig & Umgebung,
Dionys Andenmatten,
Präsident Sektion Saas-Grund,
Egon Anthamatten,
Präsident Sektion Saas-Almagell

SHV-Partner in Australien

Mit Begehren vom Dezember des vergangenen Jahres verlangte die «Groupe de travail romand» Auskunft über die Authentizität der vom Schweizer Hotelier-Verein (SHV) abgeschlossenen Vereinbarung betreffend die Kooperation mit der Hotelfachschule im südaustralischen Adelaide. Die Vertragsparteien seien, so stellte die GPK in ihrer Antwort an der Präsidentenversammlung vom 29. März 1994 fest, der SHV in Bern, der Minister of education, employment and trading des südaustralischen Staates und drei Gesellschaften der Lipman-Gruppe in Adelaide. «Die fünf Vertragsparteien bilden zusammen de facto eine einfache Gesellschaft zur Realisierung des «Swiss Hotel Association International Hotel Management Diploma Course», der am staatlichen Regency College durchgeführt wird», erklärte GPK-Präsident Robert Infanger. Und: «Der erwähnte Minister, zu seinem Departement gehört auch der Bereich der staatlichen Berufs- und Fachschulen in Südaustralien, ist für die Erstellung des Lehrplanes und die Durchführung des Kurses sowie für die dafür erforderlichen Infrastrukturen und Mittel verantwortlich.» Er, respektive das Ministerium und damit der südaustralische Staat, erhält gemäss Ausführungen von Infanger dafür die im Agreement geregelte Kostenverfügung sowie – analog dem SHV – zusätzlich eine erfolgsabhängige Beteiligung. Den Lipman-Gesellschaften werde ei-

ne in der Vereinbarung geregelte Entschädigung vergütet. SHV-Präsident Alberto Amstutz ergänzte die Aussagen des GPK-Präsidenten mit der Bemerkung, dass die Unterschrift eines Ministers im Auftrag einer Regierung laut australischem Recht allerdings nicht allein auf die Person bezogen sei. Eine Aussage, die Arnold Graf, Präsident der Fachkommission Ausbildung im Ausland, bestätigte, zumal gerade dieser Ministerposten innerhalb weniger Monate nun dreimal neu besetzt werden musste. Arnold Graf weiter: «Die Schule in Adelaide ist eine Möglichkeit eines verheissungsvollen Profit-Centers und deshalb interessant, weil seitens des SHV keine finanziellen Investitionen, weder Geld noch Kapital, zur Verfügung gestellt werden musste. Die Partnerschaft beruht einzig auf dem Transfer von Bildungs-Know-how aus dem Schweizer Hotelier-Verein nach Australien.» 1993 habe der SHV umgerechnet ungefähr 24 000 Franken für diese Leistungen erhalten, in diesem Jahr sei mit 36 000 und 1995, nach Abschluss der Aufbauphase, könne mit einer grösseren Summe gerechnet werden. Graf abschliessend: «Bis heute konnte die zur Lipmann-Gruppe gehörende ICHM 157 Studenten aufnehmen. Zur Zeit sind 88 Schüler immatrikuliert.» SZ/SSE

Eine weitere Fachschule SHV?

Ernst Frauchiger, 1. Vizepräsident SHV, orientierte an der Präsidentenversammlung über das Projekt «Kauf oder Miete einer weiteren Fachschule». Für die von ihm präsierte Arbeitsgruppe «Englische Hotelfachschule» stehen derzeit zwei Objekte zur Diskussion. Zum einen gehe es darum, so führte Frauchiger aus, Verhandlungen mit der SHA Hotel Management School Les Roches in Bluche definitiv abzuschliessen, zum andern um die Überprüfung des Übernahmeangebotes des «Centre International de la Formation hôtelière et touristique SA in Glion und Bulle». Der Kauf beider Objekte würde einen Mittelbedarf in der Höhe einer zweistelligen Millionensumme auslösen. «Das Geschäft muss zu hundert Prozent fremdfinanziert werden. Schon das allein setzt Massstäbe. Die Genehmigung dafür liegt ausschliesslich bei der Delegiertenversammlung SHV», liess Frauchiger wissen.

Gute Verhandlungen

Der Verbandsleitung und der Verhandlungsdelegation SHV geht es insbesondere darum, die Zusammenarbeit zwischen der SHA Hotel Management School Les Roches in Bluche und dem SHV jetzt wieder in allen Teilen sicherzustellen. «Nun laufen die Verhandlungen gut und auf Hochtouren. Der Abschluss des Kooperations- und Franchisevertrages mit der Gesthôtél SA (Be-

treiberin der SHV Hotel Management School Les Roches) steht bevor. Er sollte bis zur Delegiertenversammlung Ende Juni dieses Jahres abgeschlossen sein.» Der Vertrag beinhaltet auch eine Option auf Kauf oder Miete der Schule durch den SHV zu einem späteren Zeitpunkt.

Zum Übernahmeangebot des Centre International de Glion an den SHV meinte Frauchiger: «Erste vereinbarte Optionserklärungen mussten wegen erheblicher Mängel zuerst aufgegeben werden.»

Genau evaluieren

Klar war für Frauchiger, dass eine Fortsetzung der Diskussionen um das Konzept zur Übernahme einer neuen Hotelfachschule «nur auf einer rechtsgültigen Verhandlungsvereinbarung mit den Aktionären und lückenlosen, aussagekräftigen und verbindlichen Grundlagendokumenten beruht.» Das Geschäft müsse genau evaluiert werden und sei selbstverständlich einer Delegiertenversammlung erst bei völliger Abschlussreife zur Beratung und Abstimmung vorzulegen.

Man dürfe sich in solchen Fragen und Geschäften nicht drängen lassen und werde gegebenenfalls eine ausserordentliche Delegiertenversammlung beantragen. «Vorrang hat die Professionalität und Seriosität im Interesse des SHV und seiner Mitglieder.» SZ/SSE

CARROUSEL

Hotel und Tourismus



Nach über dreijähriger Tätigkeit als Direktor des 5-Stern-Haus Lindner Hôtel Rhodania in Crans Montana hat **Walter Kandi** die Leitung des 4-Stern-Hotels Tamina in Bad Ragaz übernommen.

Kandi, gebürtiger Deutscher, absolvierte nach einer Volontärzeit im elterlichen Betrieb eine Ausbildung zum Hotelfachmann bei der Steigenberger Hotelbetriebs AG. In verschiedenen Chargen durchlief er anschliessend eine Laufbahn in verschiedenen 5-Stern-Häusern, neben Crans-Montana in Gstaad, St. Moritz, Zürich.

tung: **Alexandra Müller** und **Roland End** sind die neuen Geschäftsführer. Beide sind in der Gastronomie und Hotellerie ausgebildet und haben praktische Erfahrungen im In- und Ausland gesammelt. Im August läuten für die beide auch noch die Hochzeitsglocken.

Touristik und Reisen



Jacqueline Oesch Wöhr (links), 28, hat bei der Travisswiss AG am 1. März 1994 die Leitung von Produkt Management und Verkauf übernommen. Sie ist damit Nachfolgerin von **Simon Khosta**, der Travisswiss Ende März auf eigenen Wunsch verlassen hat. Jacqueline Oesch Wöhr arbeitet seit dem Sommer 1991 für Travisswiss. Von Oktober 1993 bis zu ihrer jetzigen Ernennung wirkte sie als stellvertretende Marketing-Leiterin. Ihre Karriere begann sie nach der Luftverkehrslehre und Auslandsaufenthalten als Verkaufsgangangestellte bei der Swissair. In einem berufsbegleitenden Studium bildete sie sich zur Marketing-Planerin weiter.

Anfangs April stiess mit **Pierre Riedle** (rechts) ein weiterer Mitarbeiter zu diesem Team. Riedle, bisher Swissair Marketing Manager für Belgien und Luxemburg, wird zusammen mit **Albin Girardet** die Travisswiss AG in der Westschweiz vertreten.

Neu als Assistent im Delta Sales Team ist **Natalia Kümin** (rechts). Sie unterstützt die Sales Aktivitäten und ist im Innendienst für die Kontakte zu den Reisebüros zuständig.

Die Queensland Tourist & Travel Corporation in München hat ihr Team verstärkt. Seit Dienstag dieser Woche ist **Christine Schwerdtner** Kontaktstelle für sämtliche Anfragen betreffend den Sunshine State. Die neue QTTC-Mitarbeiterin war bisher für die Qantas in Frankfurt tätig und verfügt über exzellente Australien-Kenntnisse. Von ihrem einjährigen Arbeitsaufenthalt in Down Under verbrachte sie sechs Monate in Queensland.

Michael Kypros ist seit Anfang Jahr Travel Trade Sales Manager für die Schweiz von Berlitz Publishing. Sein Aufgabenbereich umfasst hauptsächlich Promotion und Verkauf der Berlitz-Reiseführer. Kypros war während acht Jahren für Cyprus Airways tätig, die letzten zwei als Sales Representative Schweiz. Bei Berlitz hat er somit die Funktion von **Alan Vicary** übernommen, der in den Ruhestand getreten ist. Bevor er 1975 zu Berlitz stiess, war Vicary Europa-Manager von Qantas Airways.

Hôtellerie et tourisme



François Perret, 42 ans (à gauche) reprendra la direction de l'Hôtel Mövenpick à l'aéroport de Genève-Cointrin dès la mi-avril prochain. Nyonnais d'origine, François Perret succédera ainsi à **Jean-Pierre Marcadier**, directeur depuis 1991, qui retourne en France, dans son pays d'origine, pour y exercer d'autres activités professionnelles. Avant de souhaiiter revenir en Suisse, François Perret dirigeait depuis fin 1992, pour le compte de Mövenpick également, l'Hôtel Jolie Ville, à Luxor en Egypte. La direction de l'établissement égyptien sera reprise par **Richard Oehler**, 35 ans (à droite), jusqu'ici directeur du département des ressources humaines de Mövenpick Hotels International (MHI). Diplômé de l'Ecole hôtelière SSH de Lausanne, M. Oehler dispose d'une expérience très diversifiée de la branche hôtelière.



Michael Boaden (links), 36, betreut seit Februar als Sales Representative bei Delta Air Lines die Ostschweiz, Teile der Zentralschweiz, Liechtenstein und Teile der Stadt Zürich. Der gebürtige Engländer war bereits bei American Airlines und zuletzt im Reisebüro an seinem bisherigen Wohnort in Graubünden tätig. **Adriana Greenhaigh**, seit 1990 bei Delta, ist als Sales Representative weiterhin für die Zentralschweiz, die westliche Deutschschweiz, den Tessin sowie Teile von Zürich zuständig.



Das Hotel-Restaurant Engel mit dem angelegierten Spezialitätenlokal Chinitown in Vaduz hat wieder eine neue Lei-

Balair/CTA & Airpass



Direkt in die östliche Karibik

Mit einer kleinen «Stehparty» ist am Flughafen Zürich-Kloten am Mittwoch vergangener Woche der Balair/CTA-Ersflug nach Antigua und Barbados gefeiert worden. Vor Vertretern der am Flug beteiligten Touroperatoren (Esco, Imholz, Travac, Travel Chanel und Universal) sprach **Ueli Aegerter** (links), Vertreter der als Consolidator auftretenden Airpass, den Dank an die Balair/CTA und die Veranstalter für die gute Zusammenarbeit aus. Dabei verwies er auf die weiteren, extra abgestimmten Anschlussflüge – mit Durch-

checken – nach Grenada, St. Lucia und Tobago. Das vom Schweizer Künstler **Stefan Schättli** (Mitte) eigens geschaffene Bild unter dem Titel «The Winning Dragon» wird die Marketingmassnahmen für diese Rotation weiter begleiten. Aegerter: «Das Bild soll positive und kreative Kräfte wecken...» So kreativ, dass, nach den von Balair/CTA's **Paul Betschart** geäusserten Vorstellungen, im Winter eventuell sogar ein zweiter Flug in die östliche Karibik aufgelegt werden kann. HU

Berufsbezeichnungen

«Frau Ober» statt «Flottilie»

Die Gleichberechtigung zwischen Mann und Frau ist immer noch nicht vollzogen – auch in der Gastronomie nicht. In Kärnten ging man auf die Suche nach einer korrekten Bezeichnung des «Fräuleins» in der Beiz. Gegen Bezeichnungen wie **Hosty, Kelli** oder **Obissa** entschied man sich wertneutral für die «**Frau Ober**».

neue Bezeichnung der Kellnerin zu suchen. Über fünfzig Vorschläge gingen der Jury in der Folge zu. Diese entschied sich schliesslich gegen Bezeichnungen wie **Schankrätin, Gassdess, Obissa, Gastrodonna, Avis, Flottilie, Servante, Madame, Donnara, Allerwerteste, Schankmaid, Obina, Kelli, Meine Wichtigste, Hostessa, Hosty, Serdess** für die schlechte Anrede «Frau Ober». «Wir werden alles dafür tun, damit sich das bestehende einfache und logische weibliche Pendant zum Herrn Ober in der Gastronomie durchsetzen wird», versprach Fachgruppenobmann **Helmut Hinterleitner**.

URS MANZ

Nicht nur in Österreich gilt es als selbstverständlich, dass die männliche Bedienung in der Gastronomie mit «Herr Ober» angesprochen wird, während dessen weibliche Kollegin bloss mit den wenig schmeichelhaften Anreden «Hallo Sie» oder bestenfalls mit «Fräulein» vorliebnehmen muss. Gemäss eines Berichtes in der «Österreichische Gastgewerbe- & Hotel-Zeitung» hatte die Fachgruppe Gastronomie der Wirtschaftskammer Kärnten zusammen mit der «Kleinen Zeitung» die Kärntnerinnen und Kärntner aufgefordert, nach Vorschlägen für eine

FLASH

Badekurorten am Schweizer Fernsehen

Am Samstag, 9. April beginnt um 16.30 Uhr am Schweizer Fernsehen DRS die Erstaustrahlung, der in der *hotel + touristik revue* bereits angekündigten Serie über die Schweizer Badekurorte mit «Heute in Bad Ragaz und Bad Sernaus». SPF

AGENDA

Incoming / Hotellerie / Restauration

Messen, Werbereisen, Workshops
Foires, voyages de promotion, workshops
1994

14.04. bis 17.04. SEC Car, Montreux
15.05. bis 17.05. SCIM, Zürich
17.05. bis 19.05. EIBTM, Genf
28.05. bis 01.06. Welttourismus-Spiele
16.08. bis 20.08. RDA Workshop, Köln
08.10. bis 11.10. interbad, Düsseldorf
10.10. bis 14.10. hogatec, Düsseldorf
17.10. bis 19.10. Donaubörse, Ulm
29.10. bis 06.11. ATW, Stuttgart Killesberg
24.11. bis 26.11. Hotelfit, Zürich

Tagungen

Réunions
1994
Hotel- und Touristikfachschule, Chur
15.04. Management im Tourismus

25.08. bis 26.08. 2. Berner Tourismus Input zum Thema Tourismusbewusstsein: Über Motivation zu Identifikation

Generalversammlungen

Assemblées générales
1994
13.06. bis 14.06. AEEH, Basel
«L'Assemblée Vitamine»
18.10. GV Minotels, Lugano

Food & Beverage / Technik / Management

Messen, Werbereisen, Workshops
Foires, voyages de promotion, workshops
1994

10.04. bis 13.04. SÜSSA, Salzburg
16.04. bis 24.04. IBO, Friedrichshafen
04.05. bis 09.05. NOGA, Winterthur
06.06. bis 10.06. Sial Boisson, Paris
18.09. bis 22.09. imega, München
24.09. bis 26.09. Intern-Wein, Frankfurt
06.10. bis 09.10. InterCool, Düsseldorf
15.10. bis 19.10. Gastronomie, Lausanne
24.11. bis 27.11. Käse 94, Zürich

Ausbildung

Formation
1994
07.03. bis 30.11. Gastgewerbezentrum, Bern
Vorbereitungskurs Berufsprüfung
Gastronomiekoch/köchin
07.03. bis 30.11. Gastgewerbezentrum, Bern
Vorbereitungskurs Berufsprüfung
Restaurationsleiter/in
07.11. bis 10.11. Managementseminar VSKVI

Outgoing

Ausbildung
Formation
1994
25.04. bis 25.09. AG für Ausbildung im Tourismus, Zürich
Sommerkurs Reiseleiter und Hostessen

Messen

Foires
(Siehe auch «Incoming» / Voir aussi «Incoming»)
1994
11.04. bis 14.04. PATA Travel Mart, Seoul
17.04. bis 21.04. PATA Conference, Seoul
09.05. bis 13.05. Indaba, Durban
17.05. bis 19.05. EIBTM, Genf
21.05. bis 25.05. POW WOW, Miami
13.09. bis 14.09. APW, Regensburg
12.09. bis 16.09. Tourismus-Friedenskonferenz, Montreux
28.09. bis 30.09. 18. Travel Mart Latin America, Santiago, Chile
25.10. bis 27.10. TTW, Montreux
10.11. bis 13.11. Travel Trend, Frankfurt
19.11. bis 21.11. Touristica, Frankfurt

Generalversammlungen

Assemblées générales
1994
18.11. SRV, Zürich

Verbier

Des Sud-Africains sur les pistes

A priori, l'Afrique du Sud n'est pas une nation de grands skieurs. Il est vrai que les Sud-Africains seraient davantage prédestinés à manier le ballon oval de rugby que les virages parallèles. Erreur ! Depuis une vingtaine d'années déjà, le «Springbok Ski Club» d'Afrique du Sud envoie en effet chaque année près d'un millier de ses adhérents en vacances de ski à Verbier. Sur place, une agence spécialisée se charge de l'organisation des séjours de ces visiteurs pas tout à fait comme les autres et qui paient en moyenne 2000 francs pour des séjours de deux semaines (vol non incl.). Tous sont membres du «Springbok Ski Club» d'Afrique du Sud, qui recense officiellement 65 000 membres ! Le «Springbok Ski Club» est très actif en Afrique du Sud. Il organise en effet durant l'année plusieurs manifestations en rapport avec la neige, des cours de ski sur... piste artificielle notamment. Pendant l'hiver austral, des vacances de neige sont même organisées... en Argentine ! «Le marché sud-africain reste assez limité...», précise **Asa Norlander**, responsable de l'agence chargée de l'accueil à Verbier. JPF



Tourismusverband Glarnerland

Wir suchen eine/n

Geschäftsführer/in

Ideale Voraussetzungen für diese Tätigkeit sind:

- HWV, Tourismusfachmann, -experte, oder entsprechende Erfahrung
- Kenntnisse im Marketing
- Organisationstalent und Flexibilität
- Fremdsprachenkenntnisse.

Sie vertreten den Tourismus des Kantons Glarus nach innen und nach aussen und arbeiten dabei eng mit Verkehrsvereinen, den touristischen Anbietern und Behörden zusammen. Administratives und touristische Frontarbeit gehören gleichermaßen zu ihren Aufgaben. Die Anstellung in Form eines Teilzeitpensums ist nicht ausgeschlossen.

Wenn Sie an dieser vielseitigen Tätigkeit interessiert sind und sich engagiert für die Zukunft des Glarner Tourismus einsetzen wollen, dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an:

Frau Ursula Herren
Präs. Tourismusverband Glarnerland
Im Sonnenhof 17, 8753 Mollis

P 65097/44300

Gesucht per sofort oder nach Übereinkunft initiativer, ein-
satzfreudiger

Jungkoch

der sich in unserem gepflegten Speiserestaurant mit reichhaltiger A-la-carte-Küche (viele Fisch- und Fleischspezialitäten) entfalten möchte.

Wir bieten schönen Arbeitsplatz in moderner Küche, angenehmes Arbeitsverhältnis und gute Entlohnung.

Sich melden bei:

Familie Franz Studinger
Gasthaus zur Glocke, CH-4322 Mumpf
Telefon 064 63 11 64 oder Fax 064 63 32 72

63586/64750



FELDSCHLÖSSCHEN Immobilien

In der herrlichen Altstadt Solothurn wird dem

Restaurant Tiger

ein neues Fell verpasst!

Für die Eröffnung im Februar 1995 suchen wir

die Wirtsleute

- als Top-Gastgeber
- mit viel Freude
- mit tigerstarken Ideen

Es erwartet Sie ein neuzeitlich konzipiertes
Feldschlösschen Brasseriekonzept mit

- Restaurant: 50 Plätze
- Saal, unterteilbar: 60 Plätze
- Boulevard: 15 Plätze
- Biergarten: 65 Plätze

Wagen Sie den Tigersprung in eine neue Zukunft?

Dann bewerben Sie sich bitte schriftlich mit den üblichen
Unterlagen bei der

Feldschlösschen Immobilien AG

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

P 65022/44300

Vom fünften in den gemütlichen Gang schalten.

Das tut unsere regionale und internationale Kundschaft am liebsten, wenn sie in einem unserer drei vielseitigen Restaurants Halt macht. Hier bieten wir für jeden Geschmack und jedes Portemonnaie etwas. Damit alles reibungslos und hochprofessionell funktioniert, braucht es eine gästefreundliche, aber starke Hand. Sie haben diese Hand als verantwortlicher und kompetenter

Chef de Service

der unsere eingespielte Brigade führt und motiviert. Wenn Sie Führungs- und Berufserfahrung haben, dazu über englische und französische Sprachkenntnisse verfügen, sowie selbständig arbeiten gewohnt sind, dann sollten Sie sich bei uns als Gastgeber bewerben. Alles Weitere über diese interessante Führungsposition erfahren Sie von den Herren P. Thommen oder T. Müller. Raststätte Pratteln AG, Postfach, 4133 Pratteln.

WINDROSE

Shoppingbrücke Pratteln

P 65116/227196



Folgende Stellen sind in unseren Betrieben neu zu besetzen:

Réceptionistin Chef de partie Servicfachangestellte/Kellner

In unseren erstklassig eingerichteten Hotels und Restaurants erwartet Sie eine internationale Kundschaft. Wenn Sie eine neue Herausforderung suchen, sind Sie bei uns richtig.

Wir bieten Ihnen:
einen tollen Teamgeist, zeitgemässe Anstellungsbedingungen, Verpflegung im Haus, Zimmer auf Wunsch, Benützung des Thermalbades.

Sind Sie interessiert? Wir sind gerne bereit, einen Vorstellungstermin zu vereinbaren. Sie erreichen uns unter der Telefonnummer 056 49 25 25. Unser Direktor, Herr M. Jordan, erwartet Ihren Anruf.

P 65075/41907

Hotel + Gastro-Management

Im Auftrag unseres Kunden suchen wir für ein sehr schönes und modernes
★★★Hotel garni in der Zentralschweiz eine dynamische Persönlichkeit mit
besten Referenzen als

Direktorin/Direktor

Das Hotel garni hat 52 Betten und verfügt über ein Restaurant-Café mit
70 Plätzen und einer Sommerterrasse.

Es werden nur Bewerber gesucht, die über eine fundierte Hotelfachschulbildung und Erfahrung in der Betriebsführung verfügen. Ausserdem erwarten wir von Ihnen die Befähigung, die betriebswirtschaftlichen Aufgaben mit einer aktiven, frontorientierten Gästebetreuung zu kombinieren.

Der Eintrittstermin kann im Frühsommer '94 oder per Übereinkunft erfolgen.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen, die wir mit der notwendigen Diskretion behandeln werden.

Inka Finanz AG
c/o Treuhand von Flüe AG, Grienbachstrasse 17, 6301 Zug

65101/309872

Anzeigenschluss: Freitag, 17.00 Uhr

INHALT

	Seite
Stellenmarkt	1-8
Internationaler Stellenmarkt	10-11
Stellengesuche	11

SOMMAIRE

	Page
Marché de l'emploi	9-10
Marché international de l'emploi	10-11
Demandes d'emploi	11

Personalberatung
für Hotellerie und Gastronomie
ADIA HOTEL

**Aktuelle
Stellenangebote
auf Seite 7**

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



AUSZUG AUS UNSEREM STELLENANGEBOT

Suchen Sie das etwas Ungewöhnliche? Möchten Sie bei einem Neuprojekt dabei sein und eventuell auch schon bei der Planung mithelfen?
In der Stadt Bern wird innerhalb eines Kinobetriebes ein Restaurant eröffnet. Damit der Start und dann aber auch die Weiterführung dieses Betriebes gewährleistet sind, suchen wir einen

Mitgründer

Sie sollten im Besitze eines Wirtepatentes sein, wenn möglich eine Kochlehre absolviert haben (evtl. auch Hotelfachschule) und voller toller Ideen sein.
Geboten werden keine 10-Gang-Menüs, sondern abwechslungsreiche Snacks kalt und warm.
Fühlen Sie sich angesprochen, und wären Sie eventuell auch an einer finanziellen Beteiligung interessiert? Wir würden uns freuen, Ihre Bewerbung zu erhalten.

Für einen Restaurationsbetrieb am «Tor zum Tessin» suchen wir so bald als möglich eine/n

Betriebsassistenten/-in

zur Unterstützung der Betriebsleitung.
Sind Sie zirka 25 bis 30 Jahre alt, haben bereits etwas praktische Erfahrung, lieben die Abwechslung und gehen

der Arbeit nicht aus dem Weg, sondern packen auch selber einmal an. Wenn es hektisch wird, sollten Sie nicht gleich die Nerven verlieren. Weiter wäre es von Vorteil, wenn Sie Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch und Italienisch mitbringen und auch schon einmal einen PC aus der Nähe gesehen haben.
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung an unsere Adresse.

Haben Sie Erfahrung in der italienischen Küche und sind auf der Suche nach einer neuen Herausforderung?
Wir können Ihnen eine Jahres-/evtl. Saisonstelle im Kanton Graubünden in einem 4*-Hotel als

Küchenschef

in einer Brigade mit drei Mitarbeitern anbieten.
Der Eintritt ist auf Juni 1994 vorgesehen. Falls Sie deutsche, österreichische oder italienische Nationalität haben, kann eine Saison-(A)-Bewilligung zur Verfügung gestellt werden.
Gerne erwarten wir Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an unsere Adresse.

Für vier bis sechs Monate suchen wir in einen 4*-Hotelbetrieb zirka 50 km von Bern entfernt einen jüngeren

Chef de service

(evtl. auch Anfangschef de service)

Ein Zimmer könnte für diese Zeit zur Verfügung gestellt werden.
Gerne erwarten wir Ihre Kurzbewerbung mit den letzten zwei bis drei Zeugniskopien an unsere Adresse.

Möchten Sie im Verkauf der Hotellerie tätig sein?

Für zwei Hotelbetriebe mit insgesamt 300 Betten in der Nerschweiz (Berggebiet) suchen wir nach Vereinbarung eine/n

Seminarverkäufer/in

Wir stellen uns eine/n Kandidatin/-en mit folgenden Anforderungen vor:

- wenn möglich Hotelfachschulabschluss
- Erfahrung im Verkauf
- praktische Kenntnisse im Hotelfach und mit PCs
- Alter zwischen 25 und zirka 40 Jahren.

Das Aufgabengebiet umfasst vorwiegend den Verkauf von Seminarveranstaltungen für die beiden Hotelbetriebe, das Knüpfen von Kontakten (wenig reisen).
Konnten wir Ihr Interesse wecken?

Senden Sie Ihr komplettes Dossier an untenstehende Adresse.

65112/84735

HOTEL JOB SHV, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 43 33

Schweizer Hotelier-Verein

Hötel Santis

Ihre Stelle mit Zukunft... wird neu besetzt.
(50% Service - 50% Administration)
Sie sind ein/e Hotelfachfrau/mann mit Schwung und Elan. Sie kennen unseren Beruf nicht nur aus Schulbüchern. Fidelio-Front, Word5 und Windows sind Logo für Sie. Sie wollen weiterkommen und suchen die neue Herausforderung.
Machen Sie mit uns den Schritt in die Zukunft als

Direktionsassistent
beziehungsweise

Aide du patron
★ ★ ★

Eine rege Restauration mit den facettenreichsten kulinarischen Aktivitäten der Region zählt ebenso zu Ihrem Arbeitsgebiet wie die heimeligen und geräumigen 34 Hotelzimmer in unserem aufblühenden 4-Sterne-Hotel, welche an unsere bunte Schar der Familien- und Semingäste vermietet werden wollen.
Wollen Sie mehr darüber hören?
dann...

Herr K. Söllinger erwartet Ihre komplette Bewerbung, um Ihren Schritt in die Zukunft einleiten zu können.
Telefon 074 5 28 11.

63663/72958

Wir sind ein internationales 5-Stern-Hotel am Fusse des Uetlibergs mit 224 Zimmern, zwei Restaurants, einer Bar, verschiedenen Seminar- und Bankettmöglichkeiten.

Per 1. Mai oder nach Übereinkunft suchen wir folgende gut qualifizierte und erfahrene Mitarbeiter/innen:

Hauptküche:

Chef de partie
Commis de cuisine

Restaurant Dötschlistube:
Servicemitarbeiter/in D/E

Restaurant Les Quatre Saisons:
Servicemitarbeiter/in D/E
(Ausländer/in mit C- oder B-Bewilligung).

Wenn Sie Lust haben, in einem erfolgreichen, leistungsorientierten Team mitzuarbeiten und für Sie ein angenehmes Arbeitsumfeld ein Entscheidungskriterium ist, dann möchten wir Sie gerne kennenlernen.

Auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen freuen sich
Susanne Eichenberger, Personalchefin, W. Rebsamen, F&B-Manager
63730/38853



Atlantis Sheraton
HOTEL
ZÜRICH

DÖLSCHWEG 234, 8055 ZÜRICH, SWITZERLAND
PHONE: 41-1-454-5454 FAX: 41-1-454-5400 TELEX: 813-338 ATS CH



Ochsen Zug

Das Viersternhaus mit Ambiance und Komfort, 50 Zimmern mit 72 Betten, gepflegtes Restaurant, Bankettsäle, Bar, im Zentrum der historischen Stadt.
Persönlich geführt durch die Besitzer.

Möchten Sie gerne in diesem Haus arbeiten?
Besuchen Sie eine Hotelfachschule und haben Freude am Kontakt mit internationaler Kundschaft?

Dann sind Sie unser/e

Chef de réception

Ihr Arbeitsgebiet:
- Empfang, Gästebuchhaltung mit NCR 2152
- Korrespondenz, Mitarbeiteradministration.

Wir erwarten von Ihnen:
- 25- bis 35jährig
- freundliches Auftreten
- selbständige Führung der Réception
- Englisch/Französisch in Wort und Schrift
- Eintritt auf Mitte Mai oder nach Übereinkunft.

Wir bieten Ihnen:
- verantwortungsvollen, abwechslungsreichen Posten
- geregelte Arbeitszeit
- Einzimmerwohnung in 150 m Entfernung vom Hotel
- gutes Salär.

Was diese Position sonst noch Interessantes zu bieten hat, erklären wir Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch.
Wir erwarten Ihr Telefon oder Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen und würden uns freuen, Sie schon bald kennenzulernen.

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

65108/41629

Gesucht für unsere Filiale in Basel, per sofort, erfahrene/n

Fisch-Abteilungsleiter/in
eventuell Koch/Köchin mit Fisch-erfahrung.

Angebote an:
SB Cash and Carry, Bernstrasse 176,
3052 Zollikofen, Telefon 031 911 06 41.
P 63702/44300

Hotel-Restaurant Sternen Horn
Moderne Zimmer • Saal • Fischküche
• Kegelhahn • Parkplatz
CH-9326 Horn am Bodensee •
Telefon 071 46 48 78 • Telefax 071 46 48 78



Gesucht per 1. Mai 1994 qualifizierte Mitarbeiter

Chef de partie/evtl. Sous-chef
(kreativ, selbständiges Arbeiten gewöhnt)

Servicefachangestellte
(jung, hübsch, gepflegt, nett, dynamisch, usw.)

Haben wir Ihr Interesse geweckt, dann rufen Sie uns an oder schicken Ihre Bewerbung an folgende Adresse:

z. H. Herrn Kim
Seestrasse 58
CH-9326 Horn TG
Telefon 071 41 21 25

65102/355232

hotel ****
INTERLAKEN

In unseren traditionsreichen Hotelbetrieb suchen wir einen interessierten, aufgestellten

Commis de cuisine
(mit Berufslehre)

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf.

Hotel Interlaken, Toni Holzer, Dir.
Höheweg 74, 3800 Interlaken
Telefon 036 21 22 11

65049/16365

touristik
revue

Anzeigenschluss
für Stelleninserate
Freitag 17 Uhr

GASTA

SCHWEIZERISCHE STIFTUNG
FÜR ALKOHOLFREIE GASTLICHKEIT

Wir sind eine Dachorganisation alkoholfrei geführter Betriebe und bieten ein umfassendes Dienstleistungsangebot an.

Für die neu gegründete Genossenschaft «Clean & Crazy '94», die sich zum Ziel gesetzt hat, im Restaurant Clarahof in Basel einen alkohol- und drogenfreien Freizeit- und Kulturtreffpunkt zu schaffen, suchen wir per 1. August 1994 eine/n qualifizierte/n

Betriebsleiter/in

mit folgendem Anforderungsprofil:

- solide Grundausbildung im Gastgewerbe, Kochlehre - Patent B
- Erfahrung in der Führung eines Betriebs
- Führungsqualitäten, Teamfähigkeit, Toleranz
- Verständnis für soziale und kulturelle Anliegen.

Reizt es Sie, mit einem idealistischen jungen Team etwas Neues aufzubauen und dabei Ihr wirtschaftliches Denken voll einzubringen?

Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Foto und Zeugniskopien zuhänden von Frau B. Erb

AEMTLERSTRASSE 17,
POSTFACH, 8036 ZÜRICH
TELEFON 01 451 38 00, TELEFAX 01 462 76 54

62087/312274

Haus für Betagte
Sandbühl
Stadt Schlieren

Für unser Haus mit 92 Betagten, 55 Pensionären und 37 Patienten 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 Serviceleiterin sind Sie zudem verantwortlich für die Koordination und Planung der Arbeitseinsätze sowie gelegentlicher Bankette.

Wir erwarten 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. Entlohnung 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

68630/182281

Express-Stellenvermittlung des SHV

Die Express-Stellenvermittlung ist eine Dienstleistung des Schweizer Hotelier-Vereins. Interessierte Hoteliers und Restaurateure erhalten gegen eine Abonnementsgebühr beliebig viele Bewerbungstalons von Stellensuchenden, die bei unserer Aktion «Gratis-Kleininserat für Berufsleute aus dem Gastgewerbe» mitmachen. Profitieren Sie als Abonnent von diesem unkomplizierten und kostengünstigen Vermittlungs-Service!

Stellensuchende

1	2	3	4	5	6	7	8
Küche/cuisine							
1594	46	F	C	Mai 94	F/I/E	GE/Lausanne/Nyon	
1595	31	F	C	Mai 94	F	West-CH	
1597	46	CH		sofort	D/E	BE-Oberland	
1598	28	D	C	April 94	D/E/F	3*-4*-Hotel, BS	
1599	36	D	C	Sept. 94	D	Bern/Thun/Interlaken	
1600	20	F	A	März 94	F/I	Genève/Lausanne	
1601	24	F	A	Mai 94	D/F	Basel/Bern/Luzern/ zus. mit 2756	
1602	25	D	A	April 94	D/F/E	4*-5*-Hotel, zus. mit 4840	
1603	23	D	A	Mai 94	D/E	Ferien-/Sporthotel, Davos/GR	

Service/service

2741	43	CH		Mai 94	D/E/F	Inner-CH/TI	
2742	28	F	A	Juni 94	E/E	VD/GE/NE	
2743	37	I	C	April 94	D/F/E		
2744	30	P	B	sofort	F/E	VS/Montreux	
2745	21	A	A	Mai 94	D/F/E	4*-5*-Hotel, West-CH	
2746	26	A	A	Mai 94	D/E/I	LU/SH/Bodensee	
2747	23	F	A	sofort	F/E	4*-Hotel, West-CH	
2748	28	IRL	A	sofort	D/F/E	4*-5*-Hotel, Deutsch-CH	
2749	27	F	A	Juli 94	F/E/I	VD/VS	
2750	24	S	A	n. Ver.	D/E	TI/BS/ZH/LU/BE	
2751	31	A	A	Mai 94	D/E	Deutsch-CH	
2752	28	P	A	Mai 94	D/I/E	LU/ZH/AG/GR	
2753	48	CH		Mai 94	D/F/E	Zürich und Umgeb.	
2754	26	A	A	April 94	D/E/F	3*-4*-Hotel, Luzern	
2755	43	I	A	sofort	I/D/F	TI/Deutsch-CH	
2756	25	F	B	Mai 94	D/F/E	Basel/Bern/Luzern/ zus. mit 1601	
2757	19	CH		Juli 94	D/F/E	West-CH	

Administration/administration

3685	26	D	B	sofort	D/F/E	3*-5*-Hotel, VS/VD	
3686	35	CY	C	Mai 94	D/F/E	3*-5*-Hotel, ZH/AG	
3687	35	SK	B	Mai 94	D/E	3*-4*-Hotel, Zürich + Umgeb. 4*-5*-Hotel, Bern/BE-Oberland	
3688	24	CH		Mai 94	D/E/F	TI	
3689	27	CH		Juni 94	D/F/I		
3690	19	CH		Aug. 94	D/F/E		
3691	22	CH		Mai 94	D/I/E	4*-Hotel, TI	
3692	25	CH		n. Ver.	D/F/E	4*-5*-Hotel, VD/FR	
3693	25	D	A	Mai 94	D/E	4*-5*-Hotel, LU/BE-Oberl.	
3694	29	D	A	Mai 94	D/E/F	LU/ZH/AG	
3695	21	D	A	Mai 94	D/E	4*-5*-Hotel, Deutsch-CH	
3697	22	CH		Juni 94	D/F/E	4*-Hotel, Ost-CH	
3698	20	CH		sofort	D/I/E	4*-Hotel, ZH/LU/AG/SG/Bern	
3699	29	D	A	Mai 94	D/E/F	4*-Hotel, Vierwaldstätter-/Thunersee	
3700	44	JU	C	n. Ver.	D/I/E	Zürich	
3701	22	CH		sofort	F/E/D	4*-5*-Hotel	
3702	33	CH		sofort	D/F/E	3*-5*-Hotel, LU/ZG/ZH	

Hauswirtschaft/ménage

4828	27	CH		Mai 94	D/I	Aarau/Baden/Brugg/Olten	
4829	23	CH		April 94	F/D	Riviera-VD	
4830	30	P	A	sofort	F/I/D	LU/ZG/ZH	
4831	26	I	A	sofort	I/D/F		
4832	43	D	A	Mai 94	I/E	AG/ZH/GR	
4833	21	CH		n. Ver.	D/F/E	4*-5*-Hotel, BE-Oberland/TI/VS/LU	
4834	22	P	A	Juni 94	I	TI/zus. mit 4835	
4835	24	P	A	Juni 94	I	TI/zus. mit 4834	
4836	33	RE	B	n. Ver.	E/D	BE-Oberland	
4837	17	JU	C	sofort	D	LU	

4838	20	JU	B	sofort	D	Haus-/Küchenhilfe	
4839	20	P	A	April 94	I	Zimmer/w.	
4840	20	CH		April 94	D/F/E	2. Gouvernante	4*-5*-Hotel, zus. mit 1602
4841	21	P	A	Mai 94		Küchenbursche	

- 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 Betriebs/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

Par 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

Gratis-Kleininserate für Berufsleute aus dem Gastgewerbe

Wenn Sie den Bewerbungstalon ausfüllen, erscheint Ihr Inserat gratis in der hotel + touristik revue unter der Rubrik «Stellensuchende». Gleichzeitig leiten wir Ihren Talon an interessierte Hoteliers und Restaurateure weiter. So erhalten Sie mehrere Stellenangebote von verschiedenen Betrieben. Bitte informieren Sie uns raschmöglichst, wenn Sie die gewünschte Stelle gefunden haben. Herzlichen Dank und viel Glück!

Bewerbungstalon: (Bitte gut leserlich ausfüllen)

Ich suche Stelle als:		Eintrittsdatum:	
Name:		Vorname:	
Strasse:		PLZ/Ort:	
Geboren:		Nationalität:	
Telefon Privat:		Telefon Geschäft:	
Muttersprache:		Art der Bewilligung:	
Art des Betriebes:		Region:	
Bemerkungen:			
Sprachkenntnisse:			
Deutsch:	Französisch:	Italienisch:	Englisch:
(1 = gut, 2 = mittel, 3 = wenig)			

Meine letzten drei Arbeitgeber waren:

Betrieb:	Ort:	Funktion:	Dauer (von/bis):
1.			
2.			
3.			

Hiermit bestätige ich, dass die obengenannten Angaben der Wahrheit entsprechen.

Datum: _____ Unterschrift: _____

Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:

Schweizer Hotelier-Verein, Express-Stellenvermittlung, Postfach, 3001 Bern (Wir benötigen keine Zeugniskopien!)

65111/84735

HOTEL ALPINA



sucht für die Sommer-/Wintersaison 1994/95 oder in Jahresstelle eine/n

Betriebsassistenten/-in

Für diese anspruchsvolle, interessante und selbständige Aufgabe suche ich die junge, gewandte Führungspersönlichkeit (CH) mit Charme, gepaart mit guten beruflichen Kenntnissen. Gastgeber/in mit Sinn für das Aussergewöhnliche und Flair für das Besondere. Wenn Ihr Alter zwischen 25 und 38 Jahren liegt und Sie die Fremdsprachen F und E in Wort und Schrift beherrschen sowie an einem längeren Aufenthalt in Arosa interessiert sind, so freue ich mich auf Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto.

Hans Eberhard
Hotel Alpina
7050 Arosa
Telefon 081 31 16 58



LUGANO
Fassbind Hotels

Gesucht für lange Sommersaison

Empfangssekretärin
(auch Anfängerin mit KV)

Servicemitarbeiterin
(auch Anfängerin)

Bartochter
(auch Anfängerin)

Offerten mit den üblichen
Unterlagen erbeten an

Hotel Continental
6903 Lugano
Telefon 091 56 11 16

61523/94200

Wir suchen für unser ***-Hotel-Restaurant mit Bankettservice noch Fachleute, die

- mithelfen, unseren Standard zu halten
- ihr Fachwissen im A-la-carte- und Bankettservice anzuwenden wissen
- gerne in einer mittleren Brigade arbeiten
- auch noch dazulernen möchten, wo es wirklich Spass macht
- an einem Ort arbeiten möchten, der an Schönheit kaum zu übertreffen ist.

Wenn Sie das anspricht, dann sind Sie unser neuer

Sous-chef
(Chef de partie)

Rufen Sie uns an, Herr J. Ruckli gibt gerne nähere Auskunft, oder senden Sie einfach Ihre Bewerbung.

Hotel Restaurant Löwen am See
Fam. J. Ruckli
Landsgemeindeplatz, 6300 Zug
Telefon 042 21 77 22

61044/41610

HOTEL DISCHMA

DAVOS

Gesucht

per 1. Mai 1994

Commis de cuisine
Koch

in Jahresstelle oder Saison.

Wir bieten Ihnen eine interessante und vielseitige Tätigkeit in einem guten Arbeitsklima.

Rufen Sie uns an.

Hotel Dischma
Dorfbeiz/Röstzzeria/Chähütte
Herr R. Christen, Direktion
Promenade 128
7260 Davos Dorf
Telefon 081 46 33 23

65027/8940

SWV-Job-Service

Schweizer Wirtverband



Blumenfeldstr. 20 • 8046 Zürich • Tel. 01-377 51 11

Wir suchen für einen unserer Kunden im Raum Graubünden ein

Leiter-Ehepaar

zur Führung eines kleineren Betriebs. Er eignet sich besonders gut als Seminarhotel für einfachere Ansprüche – ideal für ein Paar, das eine interessante Aufgabe in gemeinsamer Arbeit und weitgehend selbstständig wahrnehmen will.

So sieht unser Kunde das ideale Paar: Sie bringen gründliche gastgewerbliche Erfahrung mit – **ER** in der Küche, **SIE** in den übrigen Bereichen. Ihre Jugendlichkeit muss sich nicht in Jahren ausdrücken, wohl aber in nach wie vor vorhandener Anpassungsfähigkeit und Kreativität. Vor allem wichtig: Sinn für Ausbildungsbelange und die Freude, für unterschiedliche Gästegruppen aktive Gastgeber zu sein.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen. Für weitere Informationen stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Eintritt: Herbst 1994 oder nach Vereinbarung.

ER 65030/361979

HOTEL

Arte

KONGRESSZENTRUM
OLTEN

Ende August 1994 eröffnen wir das **Hotel Arte** mit Kongresszentrum in Olten. Das «kulinarische Herzstück» des Betriebes ist unser italienisches Restaurant.

Wir suchen eine ausgewiesene Persönlichkeit als

Chefkoch

der mit Freude, Sinn für Qualität und Leistungswille unsere zukünftigen Gäste zu verwöhnen versteht.

Wir wünschen uns einen begeisterungsfähigen Fachmann, der sich der gehobenen italienischen Küche «mit Herz und Seele» verschrieben hat. Es soll ihm Freude machen, ein marktgerechtes Küchenangebot zu kreieren und täglich umzusetzen.

Wir sind ein junges, motiviertes Team und freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung an:

HOTEL Arte
Herrn H. Burri
4601 Olten

63728/381110



rondo oensingen

Wir suchen per 1. Mai 1994 oder nach Übereinkunft einen

Jungkoch/Garde-manger

mit abgeschlossener Berufslehre.

Wir sind ein lebhaftes Speiserestaurant mit A-la-carte-Service und junger Equipe.

Guter Lohn, 5-Tage-Woche und ein kameradschaftliches Arbeitsklima sind bei uns eine Selbstverständlichkeit.

Bitte melden Sie sich so bald wie möglich bei Frau oder Herrn Walker, Hotel Rondo, Telefon 062 76 21 76, 4702 Oensingen, Autobahnausfahrt N1.

63658/27162



HOTEL UND
RESTAURATIONS-
BETRIEBE
DER THERMAL-
QUELLE AG
BAD ZURZACH

KURHOTEL – TURMHOTEL – TURMPAVILLION

Im idyllischen Bad Zurzach am Rhein ist in unserem Betrieb folgende Stelle neu zu besetzen:

KOCH

Suchen Sie eine neue Herausforderung?

Wenn Sie Freude am kreativen Kochen in einer modernen Küche haben, dann sind Sie bei uns richtig. Französische Küche und Fischgerichte gehören zu unseren Spezialitäten.

Sind Sie interessiert (**B-Bewilligung vorhanden**)? Unser Direktor M. Jordan-Kunz gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte. Sie erreichen ihn unter der Telefonnummer 056 49 24 40.

P 63658/81907

GRAND HOTEL



BEAU RIVAGE
INTERLAKEN

Das Beau Rivage, ein ★★★★★ Hotel, gehört mit seinen 99 Zimmern, verschiedenen Restauranttypen sowie Bankett- und Kongressräumlichkeiten zu den führenden Hotels in dem bekanntesten Ferienort Interlaken. Stil und Qualität sind seit Jahrzehnten die Hauptakzente dieses Luxushotels.

Zur Verstärkung unseres BR-Team suchen wir für die Sommersaison (per 1. Mai 1994 oder nach Vereinbarung) fähige, junge und junggelebene Persönlichkeiten, die ihre Berufserfahrung in folgenden Bereichen effizient einsetzen und erweitern möchten:

Küche:

Chef de partie tournant

Service:

Chef de rang

Commis (mit Barerfahrung)

Praktikant/in (Hotelfachschüler/innen)

Administration:

Food and Beverage (F&B)-Praktikant

von Vorteil: Hotelfachschüler mit EDV-Kenntnissen

Wenn Sie sich von einer dieser Herausforderungen angesprochen fühlen, so senden Sie uns doch Ihre handschriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen (inkl. Foto) an folgende Adresse:

Grand Hotel Beau Rivage
z. H. Herrn V. Zemp, Personalbüro
3800 Interlaken, Telefon 036 21 62 72

65038/16110

HOTEL
MEISSER
GUARDA



Im schönsten Dorf im Engadin
Telefon 081 862 21 32

Wir suchen für die Sommersaison vom
1. Juni bis 30. Oktober 1994 oder nach
Vereinbarung

Jungen Chefkoch

für kleine Brigade,
der Gelegenheit hat, sich noch weiter-
zuentwickeln und selbstständig kreativ
zu betätigen
sowie

Jungkoch
und

**Serviererin/
Restaurantfachfrau**

In allen Sparten gute Verdienstmöglichkeiten.

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an
unsere Winteradresse
Hotel Meisser
Dorfstrasse 7, 7260 Davos Dorf
Telefon 081 46 23 33

65068/15180



Wo bist Du?

Koch, mit Liebe zum Beruf
Koch, der gerne gut kocht
Koch, mit Einsatzwillen
Koch, mit Teamgeist
Koch, mit Freude am Gast
Koch, der Natur geniesst

?

Wir freuen uns darauf, Auskunft zu
geben und unser Haus vorzustellen.
Ein Anruf lohnt sich auf jeden Fall.

Elisabeth und Daniel Schmid
Telefon 033 51 23 23

P 65106/31160

Nach Interlaken in 3-Sterne-Hotel suchen wir ein freundliches, zuverlässiges Mädchen als

Réceptionspraktikantin

mit Mithilfe im Office und Saalservice.

Englische und französische Sprachkenntnisse in Wort und Schrift erwünscht.

Ihre Bewerbung mit Foto erwarten wir gerne unter Chiffre 65026 an hotel + touristik revue, Postfach, 3001 Bern.

65026/16390

HOTEL WALDHAUS

Oberrüti, Horw • Luzern Telefon 041 47 17 54

Wir suchen per sofort für unser renommiertes Restaurant nahe Luzern folgende Mitarbeiter:

**Einen qualifizierten
Sous-chef** (Jahresstelle)

und einen

Jungkoch

Sie haben Freude am Beruf, lieben eine marktfrische, kreative Küche und arbeiten gerne in einem jungen Team.

Ebenfalls per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir

**Servicefachangestellte/n
Servicepraktikanten/-in
Servicelehrling**

Gerne erzählen wir Ihnen mehr bei einem persönlichen Gespräch. Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung an:

Hotel Waldhaus
z. H. Herrn Dieter Galliker
Oberrüti
6048 Horw

0 65122/293768

Zurhaus zum Löwen



Für das bekannte Hotel-Restaurant Löwen sind noch folgende Stellen sofort oder nach Vereinbarung zu besetzen:

Serviertochter/Kellner
sowie

Koch/Küchenhilfe

Ausländer nur mit Bewilligung C oder B.

Interessenten melden sich bitte schriftlich oder telefonisch bei Herrn N. Ieracitano

Hotel Löwen, Hauptgasse 6,
4600 Olten,
Telefon 062 32 21 17

65049/27278



Romantik Hotels
und Restaurants

Romantik-Hotel Tamaro
6612 Ascona

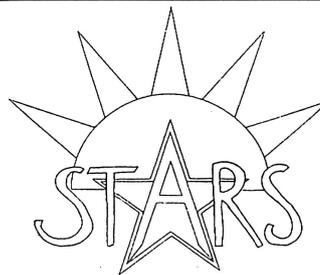
Gesucht für lange Sommersaison (Mitte März bis Anfang November) oder nach Übereinkunft:

– Saaltöchter
– Restaurationstöchter
– Zimmermädchen

Zeugnis kopieren mit Foto erbeten an:

Familie Paolo Witzig, Romantik Hotel Tamaro,
6612 Ascona
Telefon 093 35 02 82

61141/2275



AMERICAN BAR & BISTRO

Join us!

Sind Sie: zirka 25 bis 30 Jahre jung?
eine lockere, fröhliche Person?
ein kreatives Organisationstalent?
begeisterungsfähig und fähig zu begeistern?
verantwortungsbewusst?
ein USA-Fan?

Falls Sie vier dieser Fragen mit «JA» beantworten können, sind Sie vielleicht

unser Küchenchef

für das neukonzipierte Restaurant

«Stars – American Bar and Bistro»

im Zürcher Hauptbahnhof.

Wir bieten ein aufgestelltes Team, gute Arbeitsbedingungen, einen Arbeitsplatz im Herzen von Zürich und einen guten, leistungsbezogenen Lohn.

Stars – we take care of nice people
Please call: Hans Zäch, Küchenchef,
Telefon 01 211 15 10.

65025/39870



PENSION - RESTAURANT

Zur Mühle

A. + P. WELTI-ANDENMATTEN
3906 SAAS-FEE

Wir sind ein Saisonbetrieb im autofreien Saas Fee «Perle der Alpen» und suchen für die kommende Sommersaison oder in Jahresstelle jungen, kreativen

Koch/Köchin

Wir bieten:
Zeitgerechte Entlohnung
Studio
familiäre Atmosphäre
Verantwortung.

Möchtest Du zu unserem Team gehören? Dann ruf uns an.

Es freuen sich Ariette und Peter Welti
Telefon 028 57 26 76.

63399/29840

Thunersee

gesucht per 1. April oder nach Übereinkunft

Chef de partie/Jungkoch

Wir suchen einen jüngeren Koch, welcher gerne mit Frischprodukten arbeitet sowie die Fischküche schätzt. Teamgeist in unserer mittleren Brigade mit Lehrlingen ist bei uns selbstverständlich.

Für weitere Info rufen Sie uns bitte an!

P. Wiedmer

Gourmet-Restaurant Perle
3646 Einigen-Spiez
Telefon 033 54 22 15

63591/61735



Einmalige Gletscherwelt in Saas Fee... Wintersport bis auf 3600 m ü. M.... Erleben internationaler Kuratmosphäre... Abwechslungsreiche Tätigkeit als...

Für unsere sehr gepflegte Küche:
Demi-chef de partie (CH/D/A)
Commis de cuisine (CH/D/A)
 ab Juni 1994 für Sommer- und evtl. auch Wintersaison.
 Möchten Sie in unserem jüngeren Team einen dieser abwechslungsreichen Posten übernehmen, melden Sie sich bitte bei uns!
 Ursula und Hans Hess-Zurbriggen
 CH 3906 Saas-Fee P.O. Box
 Telefon 028 57 10 01 Telefax 028 57 20 85

62549/29769

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung
Jungkoch/Köchin
 in Jahresstellung. Auf Ihren Anruf freut sich
 R. Bieri
 Gasthof Wilden Mann
 Längenthalstrasse 3, 4912 Aarwangen
 Telefon 063 22 22 07 p. 65040/37948

SWV-Job-Service
 DIE STELLENVERMITTLUNG FÜR ALLE BERUFE
 IM GASTGEWERBE
 Schweizer Wirtverband
 TEL. 01/377 51 11

65118/10179



Möchten Sie einen Sommer im Engadin verbringen? Wir suchen für die kommende Sommersaison noch folgende aufgestellte Mitarbeiter:

- Réception:** Réceptionist/in (CH)
 Réceptionspraktikant/in (CH)
- Küche:** Chef de partie
 Commis de cuisine
- Restaurant:** Chef de rang
 Demi-chef de rang
 Commis de rang
- Bar:** Commis de bar (sprachkundig)
- Etage:** Hausdame-Assistentin
 Zimmermädchen (mit Erfahrung)
- Loge:** Nachportier
 Hofa-Lehrtochter

Chesa al Parc:
 gemühtliches Restaurant mit 80 Sitzplätzen und grosser Sonnenterrasse am Tennisplatz:

- Serviertochter (sprachkundig)
- Buffettochter

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Kulm Hotel, St. Moritz
 Personalbüro
 7500 St. Moritz

62758/33812

Member of The Leading Hotels of Switzerland



Wir suchen zur **Neueröffnung** (Ende August 1994) eine fachlich ausgewiesene Persönlichkeit mit viel Charme und Lebensfreude als

Chef de restaurant

In unserem Hotel mit Kongresszentrum entsteht ein sympathisches, italienisches Restaurant, das ein äusserst elegantes Ambiente ausstrahlen wird. Für einen erfolgreichen Betrieb sind alle räumlichen und bautechnischen Voraussetzungen geschaffen.

Wir wünschen uns eine/n **Gastgeber/in** mit fachlicher Kompetenz, Kreativität in der Arbeit und dem festen Willen, sein/ihr Restaurant zu einem lebendigen, pulsierenden Treffpunkt anspruchsvoller Gäste zu machen.

Wir bitten Interessentinnen und Interessenten für diese verantwortungsvolle und selbständige Aufgabe um eine schriftliche Bewerbung an:

Hotel Arte
 Herr H. Burri
 4601 Olten

63727/381110

Suchen Sie die herausfordernde Aufgabe, in einem Palace-Hotel zu arbeiten?

Wir bieten motivierten, berufsfernen Mitarbeitern/-innen folgende Stellen an:

Chef de partie
Commis de cuisine

Kellner
Servicefachangestellte
Barmitarbeiter/in

Bewerber/innen mit Saisonbewilligung A können nicht berücksichtigt werden.

Unser Personalchef, Herr W. Jaggi, freut sich auf Ihre Bewerbung oder erwartet gerne Ihren Anruf, Telefon 031 320 46 21 (Direktwahl).

63338/4081



Kochergasse 3-5, CH-3001 Bern, Tel. 031 320 45 45, Fax 031 311 47 43

Steak-House, Bar «Don Federico»
6313 Edlibach-Zug

Auf Anfang/Mitte April oder nach Übereinkunft würde uns Ihr Eintritt in unser junges Team als

Servicefachangestellte oder Kellner
 (mit deutscher Muttersprache)
 für gepflegten A-la-carte-Service sehr freuen.

Bar-Girl in regen Betrieb
 als Aushilfe für 2 Monate, Juni und Juli 1994

Wir bieten:
 gute Entlohnung, zeitgemässe Anstellungsbedingungen. Auf Wunsch Zimmer im Haus.
Sind Sie interessiert?
 Gerne erwarten wir Ihren Anruf unter
 Telefon 042 52 11 62

63512/380647



Im Kundenauftrag suche ich für **★★★★**-Hotel im Zentrum von Interlaken, zur Ergänzung der bestehenden Küchenbrigade, aufgestellte Mitgestalter als

Chef de partie entremetier
Chef de partie garde-manger/Pâtissier

Wenn Sie eine Sommersaison von Mitte April bis 1. November reizt, erwarte ich gerne Ihr Bewerbungsdossier.

Daniel Imboden, DG 3800 Interlaken
Telefon 036 23 32 32

P 65115/252930

Top-Stellen!

Dynamischen Fachkräften bieten wir interessante Aufgaben in Restaurations- und Hotelbetrieben der Schweiz und Liechtenstein. (Saison- und Jahresstellen)

Chefs de partie
Commis de cuisine
Pâtissier
Chef/in de service
Servicefachleute
Barmald (für Hotelbar/Pub)

Interessiert?

Rufen Sie uns an. Gerne geben wir Ihnen weitere Informationen.

Graziella Oeschger-Sebregondi
 Tel. 056 26 01 26, Fax 056 26 17 26,
 Landstrasse 83, 5430 Wettingen.

0 63707/226224

CHARTREUSE HÜNIBACH



THUNERSEE
 für unseren gepflegten Restaurationsbetrieb an schönster Lage suchen wir auf 1. Mai/15. Mai motivierte, fachkundige

Servicefachangestellte

Wir bieten:

- geregelte Frei- und Arbeitszeiten
- Herbst- und Frühjahrsferien
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- 1-Zimmer-Wohnung auf Wunsch.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, geben wir Ihnen bei einem Gespräch gerne weitere Informationen.

Bitte wenden Sie sich an Frau Marliese Mani, eidg. dipl. Maître d'hôtel (morgens zwischen 9 und 11 Uhr)

Hotel Restaurant Chartreuse
 Telefon 033 43 33 82
3626 Hünibach/Thun, Thunersee

63505/15346



Berner Oberland
Hotel-Restaurant
Schützen ★★★
3822 Lauterbrunnen

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir in Saison- oder Jahresstelle auf Mai/Juni 1994 oder nach Vereinbarung

Koch tournant
Jungkoch
Kellner
Serviertöchter

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

Familie A.+P. von Allmen-Gerber
 Telefon 036 55 20 32

65014/19089

ELITE HOTEL THUN
 Bernstrasse 1, Tel. 033 23 28 23



Wir sind ein komfortables Stadthotel der gehobenen Mittelklasse mit 80 Betten, Swiss u. Chinese Restaurant und Partyservice.

Wir suchen auf den 1. Mai 1994 in Jahresstelle

Hotelsekretärin
 mit abgeschlossener Hotel-KV-Ausbildung und guten EDV-Kenntnissen sowie auf 1. Juni 1994

Jungkoch oder Köchin
 mit abgeschlossener Berufsausbildung in einem Restaurantbetrieb, mit guten Fachkenntnissen im A-la-carte-Bereich.
 Helfen Sie uns mit, unsere Gäste mit sonnigen Gemütern zu verwöhnen.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung! Wir können nur Schweizer/innen oder Saisoniers aus umliegenden Ländern berücksichtigen.
 Telefonische Auskünfte erteilt Ihnen gerne Herr H. Riessen, Dir. Propr., Tel. 033 23 28 23.

65018/34614

RESTAURANTS
GLATT-DÖRFLI

8301 Glattzentrum
 Telefon (01) 830 55 51 - Fax (01) 830 32 06

Jeden Sonntag frei!

Vielseitiger Restaurationsbetrieb im Einkaufszentrum Glatt sucht per 1. Mai 1994

Chef de partie/Entremetier

der viel Freude an seinem Beruf hat, mit grossem Engagement sein Fachwissen und praktisches Können beweisen will und gerne Neues dazulernt.

Wir bieten Ihnen:

- 5-Tage-Woche, jeden Samstag abend und Sonntag sowie alle Feiertage frei
- gute Entlohnung
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- Einkaufsvergünstigungen
- Personalparkplätze
- auf Wunsch kann ein Studio zur Verfügung gestellt werden.

Bewerbungen bitte an:

Restaurants Glattdörfli
 Herrn Niederer, Küchenchef oder
 Frau Steiner, Personalleiterin
 Postfach, 8301 Glattzentrum
 Telefon 01 830 55 51

65123/3609



Hotel Alex ★★★ Zermatt

Sind Sie an einer neuen Herausforderung interessiert? Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir auf Mitte Juni 1994 für die kommende Sommer- und Wintersaison:

Büro/Réception: **Hotelsekretärin**
 sehr gute Französisch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift.

Küche: **Sous-chef de cuisine**
 (Jahresstelle)

Chef de partie
Commis de cuisine

Hoteltäste & à la carte
 Es gilt, unsere anspruchsvollen Kunden kulinarisch zu verwöhnen.

Hotellar/Terrasse: **Servicefachangestellte/r**
 mit **Inkasso**
 Sprachkenntnisse erforderlich.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto an folgende Anschrift:
Hotel Alex, Frau Gisela Perren, CH-3920 Zermatt

63412/38695

VIKTORIA

HOTEL GARNI CH-6353
SPEISERESTAURANT
AM VIERWALDSTÄTTERSEE

FAMILIE M. CAMENZIND-FISCHER
Telefon 041 93 11 28



Hotel- und Speiserestaurant Viktoria, im Zentrum von Weggis, sucht auf sofort oder nach Übereinkunft

Serviceangestellte

(sofort oder nach Übereinkunft)

Buffetangestellte

(April)

Chef de partie

(April)

Rufen Sie uns an oder schicken Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen.

M. und H. Camenzind-Fischer
Hotel Viktoria, 6353 Weggis
Telefon 041 93 11 28

62505/37486

SAVOY

BAUR EN VILLE ZÜRICH

Für unser 5-Stern-Hotel der internationalen Spitzenklasse suchen wir nach Vereinbarung eine erfahrene, sprachgewandte (D, E, F, evtl. I oder Sp.) und belastbare

Reservationssekretärin

Gerne erwarten wir Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Savoy Hotel Baur en Ville****
Personalabteilung
Poststrasse 12, 8001 Zürich
Telefon 01 211 53 60



Member of The Leading Hotels of Switzerland

63138/40657

Hotel SCHWEIZERHOF

Lucerne - Luzern

Wir suchen per sofort oder nach Übereinkunft

Commis de cuisine

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 Stadtristorant 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.

63312/23310

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

Für unseren internationalen Hotelführer suchen wir per sofort eine

junge, dynamische Sekretärin

zur Vervollständigung unseres Teams. Englisch, Deutsch und evtl. Französisch in Wort und Schrift bereiten Ihnen keine Mühe.

Sie korrespondieren gerne mit unseren Kunden in aller Welt und bewahren auch in schwierigen Situationen die Übersicht.

Sie sind bereit, im Rechnungs- und Mahnwesen wie auch bei anfallender Korrespondenz mitzuhelfen.

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz sowie attraktive Anstellungsbedingungen.

Gerne erwarten wir Ihre Kontaktnahme.

THG - The Hotel Guide AG,
Im Bösch 23, 6331 Hünenberg ZG
Telefon 042 38 15 55

65070/382006

HOReGA SELECT

Bei uns sind Sie die VIPs

F+B

GERANTIN (Patent A)

Eine sehr interessante Position in einer neuen Cafeteria. Nähe Zürich. Wenn Sie versiert, begeisterungsfähig, dynamisch und ideenreich sind, so wäre diese Stelle sicher ein neuer Challenge, der sich lohnt. Tagesbetrieb, Eintritt so rasch als möglich.

F&B-MANAGER

Top ****Hotel in der Region Basel. Gesucht wird ein absoluter Frontmann, gelernter Koch, Hotelfachschule mit Erfahrung in der entsprechenden Position. Eine aussergewöhnlich abwechslungsreiche Aufgabe mit grosser Verantwortung wartet auf Sie.

F&B-Assistent-Manager

Ein ****Hotel im Bündnerland sucht heute bereits für die Wintersaison '94 in einer Jahresstelle eine frontorientierte, starke Führungspersönlichkeit.

Ebenso ein ****Hotel in der Region Bern/Fribourg offeriert eine anspruchsvolle Kaderstelle im F&B-Bereich.

Beide Positionen erwarten eine abgeschlossene Koch- oder Servicelehre, Hotelfachschule mit erstklassiger Berufserfahrung und bieten dafür einen selbständigen und vielschichtigen Aufgabenbereich.

EXECUTIVE SOUS-CHEF

Zwei wunderschöne ****Hotels in der Region Zürich. Wir suchen ambitionierte und führungserfahrene Kadermitarbeiter mit Erfahrungen als Sous-chef in bestqualifizierten Hotels oder Restaurants. Eine kleinere und eine grössere Brigade freuen sich auf den «zweiten Mann» im Team.

CHEF DE PARTIE

In der Region Basel und Umgebung haben wir Top-Positionen für jüngere Kochkünstler mit Freude am Beruf und dem Ehrgeiz, Karriere zu machen. Rufen Sie uns doch einfach an.

SALES

- ****Kongress-Seminar-Hotel, Raum Olten/Solothurn. Wir suchen einen Sales-Repräsentanten (m/w) mit Ausbildung im Gastgewerbe, Tourismus-Hotelfachschule. Sie haben bereits etwas Erfahrung im Sales-Bereich, sind flexibel und kontaktfreudig.

- ****Seminar-Hotel im Raum Luzern. Sie sind zuständig für den Bereich Seminarverkauf, und dazu steht Ihnen ein neues Software-Programm zur Verfügung. Sie haben ebenfalls eine Ausbildung im Gastgewerbe mit Weiterbildung (evtl. Hotelfachschule) sowie Erfahrung im Sales.

Gerne stehen wir Ihnen für weitere Fragen zur Verfügung und freuen uns auf Ihre telefonische oder schriftliche Kontaktaufnahme. Diskretion ist für uns kein Fremdwort.

HoReGa Select Kaderberatung AG
Stänzlergasse 7
4051 Basel
Telefon 061 281 95 91

65118/291613

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

Oberhofen am Thunersee
Alkoholfreies Restaurant-Tea-Room
Wendelsee.

Wir suchen auf 1. Mai

Serviceangestellte

(Schweizerin) für die Sommersaison.

- Schichtbetrieb, 5-Tage-Woche,
Garantielohn
- 1-Zimmer-Wohnung im Hause.

Anfragen bitte an Frau Metzler,
Telefon 033 43 14 04.

P 65037/85979

Fischrestaurant

Erüschli

am Untersee

Wir suchen in unser heimeliges Fischrestaurant für Mitte April oder nach Vereinbarung (Jahresstelle) junge, freundliche

Serviertochter oder Kellner

Bewilligung keine vorhanden.

Wir bieten 4 1/2 Tage-Woche, sehr guten Verdienst.

Weitere Auskunft erteilt Ihnen gerne Familie K. und H. Lüdti,
8272 Ermatingen, Tel. 072 64 17 03.
Montag und Dienstag geschlossen.

65024/197840

Salü Palü...

In unser Dreisternhotel suchen wir ab 12. Juni sprachgewandte, erfahrene

Réceptionistin

(CH) für Sommer- und Wintersaison.

Freut es Sie, unsere Gäste herzlich willkommen zu heissen? Sind Sie aufgeschlossen und fröhlich?

Wir übergeben Ihnen gerne die Mitverantwortung für die vielfältigen Arbeiten an unserer Réception.

Senden Sie uns Lebenslauf, Zeugniskopien und Foto.

Frau Edith Böner
Hotel Palü****,
7504 Pontresina,
Telefon 082 6 66 88.

65074/27839

Wir suchen nach Übereinkunft

Serviertochter oder Kellner

Senden Sie Ihre Unterlagen an:
Josef Walker, Hotel Tell + Post
6454 Flüelen, Telefon (044) 2 16 16

33087/11509

HOTEL MONTE ROSA



ZERMATT

Lockt Sie Zermatt?

Der internationale Winter- und Sommersportort bietet Ihnen Arbeit und ideale Freizeitbeschäftigung.

Ist es auch Ihr Ziel, in einem kleinen Team einer anspruchsvollen Kundschaft Gastgeber zu sein und, jeder an seinem Posten, unseren Gästen das Beste zu geben?

Im ältesten und traditionsreichsten Hotel Zermatts sind ab Mitte Juni 1994 noch folgende Stellen zu besetzen:

Réceptionssekretärin

D/F/E mit Erfahrung. EDV-Kenntnisse (Hogatex) erwünscht, aber nicht Bedingung

2. Oberkellner D/F/E

Deutsch Muttersprache oder sehr gute Kenntnisse

Nachtportier tournant

D/F/E

Entremetier

Zimmermädchen

Bitte senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung einschliesslich aller Unterlagen an:

Seiler Hotel Monte Rosa
Frau B. Schmid, Personalbüro
3920 Zermatt
Telefon 028 67 13 48



62982/29268

WIR SUCHEN:

2 Réceptionistinnen

80-Betten-Hotel mit Résidence, Restaurant, Pizzeria, Seminarräumen, Terrasse und Schwimmbad.

So vielfarbig der Regenbogen, so vielseitig und interessant ist die Arbeit als Réceptionistin im Hotel Arc-en-ciel.

Wir suchen ab sofort zwei fröhliche und sprachgewandte Réceptionistinnen. Träumen Sie von einem selbständigen Job in einem fröhlichen Team? Dann sind Sie bei uns im unkomplizierten und familiären Hotel gldrichtig.

Schicken Sie Ihre Bewerbung oder rufen Sie uns an, Frau Matti oder Frau Schobinger informieren Sie gerne über weitere Einzelheiten.



RESTAURANT · PIZZERIA · RESIDENCE
CH-3780 GSTAAD · TEL. 030 8 31 91 · FAX 030 4 36 33
FAMILIE MATTI

65098/14040



AESKULAP KLINIK

Aeskulap-Klinik im Park · Zentrum für Biologische Medizin
CH-6440 Brunnen

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir einen jungen, aufgestellten

Koch

für unsere biodynamische Küche im A-la-carte-Restaurant und im Speisesaal.

Eine berufliche Ausbildung in der Vollwertküche wäre natürlich von Vorteil, Anfänger würden wir jedoch schulen und in diesen schönen Beruf einführen.

Sind Sie Schweizer oder haben die B-Bewilligung und sind motiviert und interessiert? Dann sind Sie bei uns richtig.

Eintritt sofort oder nach Vereinbarung.

Fühlen Sie sich angesprochen, dann zögern Sie nicht, sich mit uns in Verbindung zu setzen, und senden Sie Ihre handgeschriebene Bewerbung mit Foto an die Aeskulap-Klinik, Personalbüro, Gersauerstrasse 8, 6440 Brunnen.

65098/6246

Kurhotel Heiden

Für unser TOP-modernes, vollständig restauriertes

Kurhotel Heiden

suchen wir für sofort oder nach Übereinkunft **erfahrene**

Servicefachangestellte

die es verstehen, unsere vorwiegend aus Schweizer Gästen bestehende Kundschaft kompetent und fachkundig bei Fragen ums Essen und Trinken zu beraten und zu bedienen!

Wenn es Ihnen dabei keine Mühe macht, freundlich und offen zu sein, dann passen Sie zu uns und unseren Gästen.

Interessiert!? - Rufen Sie uns an, Telefon 071 91 91 11, und verlangen Sie Robert oder Elisabeth Frehner.

65072/15415

Kurhotel Heiden, CH - 9410 Heiden, Tel. 071/91 91 11, Fax 071/91 11 86



Wir suchen auf Anfang Mai oder nach Übereinkunft:

Sous-chef Chef de partie

Dieser Posten eignet sich für einen jungen, aufgestellten Berufsmann mit Ideen als Sprungbrett zum Küchenchef.

Offerten sind zu richten an:
H. Beck, Dir.
Hôtel de Chally
1816 Montreux-Chally

63719/6998

TEL (021) 964 21 51, H+M Beck
CH-1816 CHALLY-MONTRÉUX

Sunstar

Hotel Grindelwald

Warum nicht ein Arbeitsplatz dort, wo die Schweiz am schönsten ist?

Auf kommende Sommersaison (Ende Mai bis Anfang Oktober) sind bei uns noch folgende Stellen neu zu besetzen:

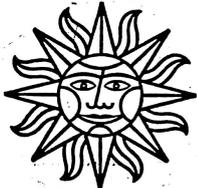
Küche: **Chef pâtissier**

Speisesaal: **Commis de rang**

Möchten Sie in einem angenehmen Arbeitsklima eine unvergessliche Sommersaison (oder mehrere Saisons) verbringen? Dann zögern Sie nicht und richten Ihre vollständige Bewerbung an Herrn Bernhard Müller, Asst. Manager/Personalchef.

Sunstar Hotel
CH-3818 Grindelwald
Telefon 036 54 54 17, Fax 036 53 31 70

63331/4737



hotel sonne 7513 silvaplana

Ein Sommer im Engadin

Für die kommende Sommersaison (ab Mitte Juni) suchen wir zur Ergänzung unseres Teams:

Réceptionistin (D, I, F, E)

mit Erfahrung im Fidello

Chef de partie/Saucier Jungkoch

Servicefachangestellte/n

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

Hotel Sonne
W. P. und M. Wolf
7513 Silvaplana
Telefon 082 4 81 52

63551/31461

DG DOMINO GASTRO

Mr. Personal-Prof!

kann Ihnen für attraktive Stellen im Gastgewerbe folgende Top-Angebote unterbreiten:

- Gesucht in 4*-Hotel mit gehobenen und marktförmigen Küchenangebot, kreativen und innovativen

Sous-chef

- Internationales Dienstleistungsunternehmen sucht zuverlässigen, seriösen

Kellermeister/Kellner (Mo.-Fr., Tagesdienst)

- Top 5*-Hotel im Herzen von Zürich sucht einen fachkundigen und diskreten

Chef d'étage

Interessenten melden sich bei Frau Iris Koch oder Herrn Roland Eng.

Telefon 01 432 73 73

Segnesstrasse 1, 8048 Zürich

P 65114/252930

Hotel Bellevue Rapperswil am Zürichsee

Wir suchen für kommende Sommersaison (Eintritt nach Vereinbarung)

Servicefachangestellte (deutsche Muttersprache)

Ausländerinnen nur mit B- oder C-Bewilligung.

Anfragen an:
H. Elsener
Telefon 055 27 66 30

63594/107794

SEERESTAURANT ZUGERSEE

Wir freuen uns, Sie in unserem lebhaften Betrieb als neue/n

Serviceangestellte oder Kellner

zu begrüssen. Unser Restaurant liegt direkt am Zugersee. Wir sind ein junges Team und verwöhnen unsere Gäste mit einer marktorientierten und saisonalen Küche.

Unser/e Mitarbeiter/in stellen wir uns als motivierte, humorvolle und gut deutschsprechende Fachkraft vor. Eintritt im April.

Bruno Anderrüthi und
Antonia Grab Anderrüthi
6318 Walchwil, Telefon 042 77 17 77,
Montag geschlossen.

65029/335193

Schwimmbad Kriens Sommersaison 1994

Gesucht per Anfang Mai 1994
tüchtige/r, selbständige/r

Koch/Köchin

für unser gut ausgebauten Selbstbedienungsrestaurant. Gute Entlohnung und Sozialleistungen.

Schwimmbad Kriens
6010 Kriens
Telefon 041 42 28 43

P 65083/44300

HOTEL HAUS PARADIES

Restaurant des Gourmets - 17 G.M.-Punkte

Unser Weg führt nach oben, wollen Sie mitkommen? Wir suchen für die Sommersaison 1994

für unser Gourmet-Restaurant, ausgezeichnet mit 1 Stern im Guide Michelin und 17 Punkten im Gault Millau folgende qualifizierte und bestausgewiesene Mitarbeiter:

- Chef pâtissier
- Garde-manger
- Commis de cuisine
- Chef de service
- Sommelier
- Servicemitarbeiter

Auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung freuen sich E. und W. Hitzberger
Hotel Haus Paradis, CH-7551 Flan

65031/1924

RELAT & CHATEAUX



Fisch ahoi



Unser Familienhotel mit Cachet, liegt direkt am Brienzensee im schönen Berner Oberland, - dort «wo Natur und Ferien Freunde sind». Wir freuen uns auf die neue Saison und suchen zur Ergänzung unserer dynamischen Crew:

Serviceangestellte

Kellner

Hotelpraktikantin

Küchenpraktikantin

Interessiert? Ja! Dann schreiben Sie uns ein paar Zeilen, legen die üblichen Unterlagen und ein Foto bei.

Wir freuen uns, Sie kennenzulernen. Übrigens: Wir haben die Arbeitszeiten à-la-carte, Freitag à choix.

Elisbeth & Fritz Abegglen-Hohler

HOTEL-RESTAURANT

Chalet Du Lac

CH-3807 ISELTALD

Mein Ziel SAVOGNIN

Wir wollen unseren Gästen einen optimalen und freundlichen Service bieten, deshalb sind wir auf Sie angewiesen als

Serviertochter

ab 1. Mai für kommende Sommersaison oder Jahresstelle.

Gerne erwarten wir Ihren Anruf oder Ihre schriftliche Bewerbung.

Restaurant da la Punt
Fam. Krüger-Luzio, 7460 Savognin
Telefon 081 74 14 14

63654/301019

Gesucht per 1. Mai kreativen

Alleinkoch

mit Erfahrung in veg. Vollwertküche, vorwiegend Pensionsbetrieb, Saisonstelle bis Ende Oktober. Rufen Sie uns an:

Albergo Sassa da Grüm
«Ort der Kraft»
6575 San Nazzaro
Telefon 093 63 28 50.

63395/359238



Hotel-Restaurant Grächerhof
CH-3925 Grächen

3-Stern-Sup.-Familienhotel mit Tradition, Grill-Room, Speiserestaurant, Sonnenterrasse, gepflegtes Ambiente, braucht ab zirka 10. Juni 1994 Verstärkung in den folgenden Bereichen:

Küche: **Commis de cuisine
Alleinkoch
Küchenhilfe**

Restaurant/Grill-Room: **Servicefachangestellte**

Speisesaal/Terrasse: **Servicefachangestellte**

Réception: **Réceptionistin/
Sekretärin**

Wir stellen uns aufgestellte, motivierte, flexible, erfahrene Mitarbeiter vor. Sprachgewandt, freundlich, geschult und spontan.

Wir bieten eine abwechslungsreiche, selbständige Tätigkeit und der Verantwortung entsprechendes Salär.

Bitte bewerben Sie sich mit Ihren Unterlagen und Foto an Familie Fux, Hotel Grächerhof, 3925 Grächen. Wir freuen uns darauf.

63661/14044

Mit ADIA HOTEL in die Zukunft.

F & B Manager

Wir suchen für ein international bekanntes, modernes Fünfsternhotel in der Deutschschweiz, mit grossem F&B-Bereich eine starke Persönlichkeit mit Organisations talent und sehr guten Führungsqualitäten, die frontbezogen und gästerorientiert ist. Sie sind 30-40 Jahre jung, besitzen ein F&B-Management-Profil, sind absolut loyal und suchen auf Frühling 1994 die neue Herausforderung? Rufen Sie mich an.
Zürich, Frau Julien

KÜCHENCHEF

Sie müssen kein Wassermann sein, um an unserer Angel anzubeissen. Jedoch erwarten wir, dass Sie mit viel Kreativität und Liebe kulinarische Köstlichkeiten aus Süs- und Salzwasserfischen und Meerestieren kochen können. Sie sind jung, haben sich ein fundiertes Wissen in der gepflegten Küche angeeignet und möchten in Stadtnähe und doch inmitten der Ferienstimmung arbeiten. Dann ist das elegante Fischrestaurant am Zürichseeufer bestimmt Ihr Sprungbrett. Es erwartet Sie eine kleine Brigade, enge Zusammenarbeit mit dem Gastgeber und die Möglichkeit, Ihre gesammelten Ideen kochend zu verwirklichen.
Zürich, Frau Bachmann

SOUS-CHEF

Kochen auf französisch, dafür müssen Sie nicht nach Frankreich gehen. Wir suchen den jungen, innovativen Sous-chef, der in einer kleinen Brigade Höchstleistungen in der klassischen, gutbürgerlichen französischen Küche vollbringt. Interessiert? Rufen Sie mich an.
Zürich, Herr Keller

RESTAURANTDIREKTOR

Für ein Luxushotel suchen wir den dynamischen, führungserfahrenen Maître d'hôtel. Sie leiten eine Brigade von 50 Mitarbeitern, zeichnen mitverantwortlich für die gesamte Restauration und sind der geborene Gastgeber. Eine einmalige Kaderstelle erwartet Sie.
Zürich, Frau Julien

CHEF DE SERVICE

Für ein modernes, kreatives Restaurantkonzept suchen wir den gästerorientierten, jungen Chef de service, der eine mittlere Brigade führen und motivieren kann. Sie lieben das Verkaufen, sind gerne an der front und auch ein guter Organisator. Interessiert? Dann rufen Sie mich an.
Zürich, Herr Keller

SERVICEFACHANGESTELLTE (R)

Für ein bekanntes Gourmetrestaurant in der Nähe von Basel bei der französischen Grenze suchen wir eine(n) junge(n), einsatzfreudige(n) Servicefachangestellte(n), die/der den gepflegten à la carte-Service zu zelebrieren weiss. Diese Stelle ist auch ideal für qualifizierte Berufsluule aus dem Ausland, die ihre ersten Arbeitserfahrungen in der Schweiz sammeln wollen. So/No geschlossen.
Zürich, Frau Caduff

SOMMERZEIT IN ZÜRICH

Zwar hält der Üeßelberg keinem Vergleich mit dem Matterhorn stand, aber auch Zürich bietet vielseitige Reize während der schönsten Zeit des Jahres. Sei es eine spritzige Mountainbike-Tour, ein gemütlicher Tag am See oder ein Besuch des Open-air-Kinos: Über raschungen hält Zürich immer bereit. Sie sind gelernte(r) Fachmann/rau in der Hotellerie oder Gastronomie und suchen eine packende Herausforderung im Raum Zürich. Wir bieten qualifizierten Bewerbern aus allen Sparten der Hotellerie interessante Stellen an. Ich freue mich auf Ihren Anruf.
Zürich, Frau Bachmann

SAISONENDE - WAS NUN?

Die Wintersaison ist zu Ende und braun gebrannt suchen Sie nun eine Saison- oder eventuell sogar eine Jahresstelle. Wir von Adia Hotel suchen Ihnen Ihre geeignete Herausforderung. Ob im Service, in der Küche, in der Administration oder im Management - wir beraten Sie kompetent und schnell. Rufen Sie mich an.
Zürich, Frau Caduff

ADIA HOTEL

01/242 22 11

Personalberatung für Hotellerie und Gastronomie

Temporärstellen • 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

christiania hotels

3920 ZERMATT

Christiania Hotels Zermatt, Sporthotel ****
Für die kommende lange Sommersaison 1994
(zirka 10. Juni bis Oktober '94) suchen wir noch folgende
qualifizierte Mitarbeiter:

Service/Speisesaal:

**1 Oberkellner/Chef de service
Restaurationstöchter/-kellner
Saaltöchter/-kellner**

Küche:

Chef de partie

Buffet:

Buffettochter

Etage:

**Gouvernante
Etagenportier/Ablösung Nachtportier**

Lingerie:

Lingeriemitarbeiterin

Hallenbad:

**Bademeister
Kassierin/-Aufsicht**
(mit Schwimm brevet)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

Christiania Hotels
Direktion, Familie K. Franzen, CH-3920 Zermatt



Geheiztes Hallenbad 25 x 12 m, Sauna - Massage - Tennis -
Minigolf. Prop. Karl Franzen-Kummer
Telefon Hotel 028 67 19 07, garni 028 67 35 66
Telex 472 144 Chris, Telefax 028 67 26 35.

63423/38946

Altersheim der Gemeinde Horgen

Tödistrasse 20, 8810 Horgen ZH

Zur Erweiterung unseres Teams suchen wir
nach Übereinkunft

Hotelfachassistentin (Hofa)

Bei uns erwartet Sie ein schöner, abwechslungsreicher
Arbeitsplatz am Zürichsee. Sie haben jedes zweite
Wochenende Samstag und Sonntag frei. Auch ist die
Arbeitszeit sehr geregelt, und Sie haben keinen Spät-
dienst.

Spricht Sie diese Aufgabe an, dann bewerben Sie sich
schriftlich, oder rufen Sie uns an.

Altersheim der Gemeinde Horgen
Herr oder Frau Weissmann
Tödistrasse 20, 8810 Horgen
Telefon 01 725 08 31

62650/202452

DG

DOMINO GASTRO

Mr Personal-Prof

Wir suchen für bestens geführte Betriebe in
Basel und der Region

F&B-Sekr./-Assistentin

mit Hotelfachschule und/oder guter Praxis in
der Administration sowie im Front-/
Gästebereich.

Réceptionistin D, E, F

für schönes Hotel in Luzern. Sie bringen zwei
bis drei Jahre Rec.-Praxis mit,
CH oder mit gültiger Bewilligung.

Anfangs-Küchenchef

zur Aushilfe über den Sommer oder in
Dauerstelle, für mexikanisches Restaurant, mit
Flair für die spanisch/mexikanische Küche.

Chef de partie m/w

Jungkoch/-köchin

Restaurantleiter/in

für ein Spezialitätenrestaurant. Sie sind
dynamisch, sehr gästekundlich und kostenlos.
Alter zirka 30-35 Jahre.

Chef/in für Hotelbar D, E, F

Alter: zirka 26-35 Jahre. Sie sind sehr
gästekundlich, flexibel, dynamisch,
führungsprobiert in der gehobenen
Hotellerie/Gastronomie.

Servicefachmitarbeiter/in

Buffetgouvernante

Eintritt sofort, gelehrte Hotelfachsch., Alter zirka
20-25 Jahre.

Frau Margret Otterbach gibt Ihnen gerne
weitere Infos, diskret und kostenlos.

Telefon 061 313 40 10

St. Alban-Anlage 64, 4052 Basel

65105/309184

Seelust Landgasthof

Spezialitätenküche

Familie
Thérèse und Martin
Hasen-Rickenbacher
9322 Wiedehorn-Egnach
Telefon 071 66 25 25

Wir suchen in sehr bekannten Land-
gasthof am Bodensee für lange
Sommersaison

Zimmermädchen

Sie arbeiten selbständig und teilen
Ihre Arbeit weitgehend selber ein.
Sie sind ehrlich, aufmerksam und
verstehen/sprechen die deutsche
Sprache.

Küchenburschen

Sie haben bereits Erfahrung in all-
gemeinen Küchenarbeiten. Verste-
hen Sie unsere Sprache und können
Sie nach Anleitung eine Arbeit
selbständig erledigen?

Bitte rufen Sie uns an, damit wir mit
Ihnen einen Termin vereinbaren
können. Ihre Kontaktperson ist Herr
M. Hasen.

65561/109690

Ascona LAGO MAGGIORE

Hotel Seeschloss
Castello ****

Wir suchen für die Sommersaison,
zur Ergänzung des Kadern, mit
baldmöglichstem Eintritt

Direktions- assistenten/-in

für die Vertretung des Chef de ré-
ception und Aufgaben im F&B-Ber-
reich.

Ihre Bewerbung mit den üblichen
Unterlagen senden Sie bitte an:

Hotel Castello Seeschloss
6612 Ascona
Telefon 093 35 01 61

65107/1897

HOTEL OLTEN

Bahnhofstrasse 5
4600 Olten
Tel. 062 26 30 30
Dir. J. Blöchliger

Unser ****Hotel, ein bekanntes
Konferenz-Zentrum, sucht per so-
fort oder nach Vereinbarung

Koch/Jungkoch Kellner/ Serviertochter Zimmermädchen

zur Verstärkung unseres Teams.

Suchen Sie eine interessante, krea-
tive und abwechslungsreiche Tätig-
keit, dann rufen Sie uns an oder sen-
den Sie Ihre Unterlagen.

P 65081/182257

Wir suchen für die Sommersaison

Serviceangestellte

in Restaurant nach Murten.
Tellerservice, Umsatzentlohnung,
Zimmer im Hause.

Für Deutsche oder Österreicher
Bewilligung vorhanden.

Offerten an:

Familie Laubscher
Restaurant Jäger
Hauptgasse 47
3280 Murten

Telefon 037 71 22 20

(Montag geschlossen)

65587/54577

Wir suchen für die Sommersaison

Commis de cuisine

5-Tage-Woche

Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

Familie John Ehrat
Restaurant Alte Post, Klosters

Telefon 081 69 17 16
Fax 081 69 38 07

O 63641/27180

Ambitionen

Dynamischen Fachkräften bieten wir
Top-Stellen in Schweizer Restaura-
tions- und Hotelbetrieben

Küchenchef

Sous-chef

ganze Schweiz, Brigade bis 10 Perso-
nen, kreative Frischproduktküche

Chefs de partie

Chef/in de service

Servicfachleute

Chefin de réception

Réceptionistinnen

D/E/F und D/E/F mit Erfahrung,

Region GR/BE Oberland

Für Stadt und Saisonhotellerie. Nur
CH-Kandidaten oder mit Bewilligung.
Rufen Sie uns an. Gerne geben wir Ih-
nen weitere Informationen.

Graziale Oeschger-Sabregondi

Telefon 056 26 01 26

Telefax 056 26 17 25

Landstrasse 83, 5430 Wettingen.

O 63709/928224

Seerestaurant Schönau

Gesucht per sofort oder nach Über-
einkunft

Serviertöchter Köche

Buffetochter

Wir bieten Ihnen geregelte Arbeits-
zeit, sehr guten Lohn und gute Ar-
beitsbedingungen in einem jungen
Team.

Saisonbewilligungen vorhanden,
Zimmer im Hause.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf, oder
schicken Sie uns Ihre Bewerbung
an:

Hotel Schönau
Schiffpländstrasse 1
8703 Erlenbach ZH

65047/10570

Grindelwald

Hotel Jungfrau & Crystal

sucht für kommende Sommersaison

Réceptionistin/Sekretärin

(D, E, F)

mit Hotelerfahrung in Jahresstelle.

Saaltöchter

(Anfängerin wird angeleitet)

Bewerbungen mit Zeugnisunterlagen
und Foto bitte an:

Fam. H. Märkle-Dietler
Hotel Jungfrau & Crystal
3818 Grindelwald
Telefon 036 53 13 41

65042/14524

Wir suchen in Jahresstellung
per Anfang Mai oder nach
Übereinkunft einen jungen
talentierten

KOCH

Der geeignete Bewerber wird
feststellen, dass wir uns gegen-
seitig einiges zu bieten haben!

Es erwarten Sie 9 Kollegen in
einer geräumigen Küche mit
Tageslicht. Interessenten
melden sich bitte bei



GARTEN HOTEL
WINTERTHUR

Herrn Schaffner oder Cosandier
Tel 052/ 212 19 19 / Fax 213 68 70
Stadthausstrasse 4,
8402 Winterthur

65045/4529



Aparthotel

Ambassador

CH-3997 Bellwald

Aparthotel mit 130 Betten, Hallenschwimmbad, Whirl-
Pool, Restaurant und Sonnenterrasse auf dem Hochpla-
teau im Goms (deutschsprachiges Oberwallis).

Zum Beginn der Sommersaison, Anfang Juni '94, braucht
unsere Gäste zu verwöhnen, bieten wir folgende Stellen:

- Hofa mit Erfahrung
- Commis de cuisine oder Jungkoch
- Servicfachangestellte mit Fremdsprachenkenntnissen
- Haus- und Küchenbursche
- Zimmermädchen mit Deutschkenntnissen

Bei Eignung besteht die Möglichkeit für eine Weiterbe-
schäftigung in der Wintersaison 1994/95.

Senden Sie Ihre vollständige Bewerbung mit Foto z. H.
Herrn Heinz Paris, Direktor, oder rufen Sie uns an:

Telefon 028 71 27 27, Telefax 028 71 33 93

65049/190870



Lenzerheide-Valbella

mitarbeiten - mitgestalten

Hotel 1. Klasse sucht zur Vervollständigung des
Teams für die Sommersaison 1994 (Anfang Juni bis
Oktober) mit der Möglichkeit für die kommende Win-
tersaison:

Réception: **Réceptionssekretärin**
mit KV-Abschluss auch von
anderer Branche

Service: **Servicfachangestellte/
Kellner**
à-la-carte-Kundig

Bar: **Barmaid**
Bar/Dancing mit Live-Musik

Küche: **Commis de cuisine**

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Bitte senden Sie
Ihre Unterlagen an:
Herrn E. Frauchiger, persönlich.

63558/35521



Hotel Valbella Inn

CH-7077 Valbella-Lenzerheide
Telefon 081/34 36 36, Telefax 081/34 04 04,
Familie E. und R. Frauchiger

Wir bauen auf Sie

Wir haben nun unseren Neubau eröffnet und bereits
die ersten Gäste so richtig verwöhnen dürfen. Der Er-
folg war so überwältigend, dass wir ab sofort Ver-
stärkung brauchen.

Für das kompetente Team im Service suchen wir eine

Stellvertreterin der Chef de service

die alle Grundvoraussetzungen mitbring, die
Chef de service zu unterstützen und zu vertreten.

Weitere Verstärkung erwarten wir durch eine

Servicfachangestellte

oder einen

Kellner

Für die kreative Crew in der Küche suchen wir noch
zusätzlichen «Manpower» mit einem

gelernten Koch

sowie einem

Casserolier

Von allen unseren Mitarbeitern erwarten wir, dass sie
die deutsche Sprache beherrschen.
Ihre Bewerbung richten Sie an:

Restaurant Schiffflände
Familie Peter Huwiler
Seestrasse 394
8124 Maur am Greifensee
Telefon 01 980 05 04



O 65108/199176

MARCHÉ DE L'EMPLOI



LAUSANNE PALACE

Met au concours le poste de
**responsable des
banquets et manifestations**

dès le 1^{er} juillet 1994 ou à convenir

Notre futur collaborateur sera au bénéfice d'une formation hôtelière ou jugée équivalente, aura fait ses preuves de plusieurs années dans une fonction similaire et maîtrisera les langues française, anglaise et allemande.

Nous apprécierons votre entregent, votre sens de la négociation avec une clientèle de haut standing.

Votre disponibilité, le sens de l'organisation, la créativité, une faculté prononcée à diriger et motiver un team, seront des atouts complémentaires importants.

Prêt à relever ce défi?!

Adressez votre dossier qui sera traité en toute discrétion à la Direction de l'hôtel.

One of
The Leading Hotels of the World®

Grand-Chêne 7-9, CH-1002 Lausanne
Tél. 021 331 31 31, Fax 021 323 25 71

65052/18724

Le Château de Bonmont
recherche:

1 pâtissier
avec références hôtelières

2 serveurs
connaissance des deux services

Faire offres au Château de Bonmont
SA, à l'attention de M. C. de Matos,
1261 Chéserey, tél. 022 369 21 29.

65103/63703

alt. 1607 m.



Hôtel
Rohrer-Fritz

Hôtel
du Chasseron

Restaurant panoramique
Chambres et dortoirs

1452 Les Rasses Tél. 024 61 23 88
Fax 024 61 34 74

Vous préférez les rôtis frais aux
congelés

Vous préférez les potages maison
aux sachets

Vous aimez votre métier et le Jura
Donc vous êtes notre

cuisinier/cuisinière

pour la saison d'été du 10 juin à fin
septembre 1994. Offre par écrit
souhaitée.

65060/35208

Hôtel genevois de première catégorie

recherche son/sa

directeur/directrice de la restauration

Cette personne devra:

- être diplômée d'une école hôtelière
- bénéficier de plusieurs années d'expérience en tant que cadre en restauration
- avoir le sens de l'organisation ainsi que des responsabilités
- posséder le goût de l'accueil, la qualité du service, et l'enthousiasme du métier
- maîtriser les langues française, anglaise et allemande
- être de nationalité suisse ou avoir un permis de travail valable.

Votre dossier complet est à adresser,
sous chiffre 63746, à hôtel revue +revue
touristique, case postale, 3001 Berne.

HOTEL **
LES HAUTS
DE CRANS**

Hôtel-restaurant **** avec piscine,
bar et terrasse.

Nous cherchons pour la prochaine saison d'été 1994
les collaborateurs qualifiés suivants:

Cuisine:
cuisinier

Service:
**chef de rang
commis**

Réception:
réceptionniste, secrétaire

Nous attendons volontiers vos offres et dossiers avec
curriculum vitae et photo adressés à:

Madame S.I. Vocat,
Hôtel Les Hauts de Crans,
3962 Montana

65110/151521

☆☆☆☆

Au Parc Hotel

Fribourg

140 lits/restaurant français/brasserie/terrasse/bar
d'hôtel/piano-bar/conférences-séminaires-banquets.

Nous cherchons pour entrée de suite ou à convenir un

chef de cuisine

Responsabilité:
- Responsable de la brigade de cuisine
- Calculations et élaborations des cartes des mets

Le candidat devrait:
- avoir une expérience comme chef de cuisine
- parler le français
- avoir nationalité Suisse ou permis valable

un responsable du centre de conférence

Le candidat devrait:
- être une personne jeune et dynamique, avec le sens
des responsabilités et d'une excellente présentation
- avoir un bon sens des relations humaines et de la
vente
- avoir une expérience de base et de rigueur dans les
domaines conférence, restauration, cuisine
- parler le français, l'allemand, l'anglais si possible
- avoir nationalité Suisse ou permis valable.

Si vous êtes motivé par le développement d'une jeune
entreprise.

Envoyez-nous vos offres avec manuscrite, comprenant
curriculum vitae et photo.

À l'att. de la direction
Au Parc Hôtel
Rte de Villars 37
1700 Fribourg

65050/243841

HÔTEL **** à Genève

Cherche sa/son

RESPONSABLE DU DÉPARTEMENT DES VENTES

Cette personne aura une grande expérience du
marketing ainsi que de la vente au sein de l'hôtellerie,
elle parlera et écrira le français, l'anglais et l'allemand.

Votre sens de la négociation, votre entregent, votre
disponibilité ainsi que votre mobilité seront des plus
appréciés.

Votre tâche sera d'élaborer les programmes de vente
et marketing, d'apporter de nouvelles stratégies après
analyse des objectifs fixés.

Ce poste vous intéresse, alors n'hésitez pas à nous faire
parvenir votre dossier de candidature complet (CV,
photo, prétention de salaire...), sous chiffres 63 683,
hôtel revue + revue touristique, case postale,
3001 Berne.



LES CHEMINS DE FER FRIBOURGEOIS

mettent en soumission la location du

Buffet de la gare de Châtel-St-Denis

comprenant:

- 1 café-restaurant avec carnotzet et office
- 1 salle à manger
- 1 logement pour le tenancier,
ainsi que 4 chambres indépendantes
- des locaux de service spacieux et bien équipés

Entrée en fonction: 1^{er} janvier 1995

L'établissement sera confié à un

CHEF DE CUISINE

dynamique qui a déjà exploité une entreprise analogue avec
succès.

Les personnes intéressées sont priées d'adresser leurs offres,
accompagnées d'un curriculum vitae, d'une photo et copies de
certificats, jusqu'au 30 avril 1994, à la Direction des chemins
de fer fribourgeois (GFM), case postale 213, 1701 Fribourg.

Le contrat, ainsi que le cahier des charges, peuvent être con-
sultés à la Direction GFM, rue des Pilettes 3, Fribourg.

P 63745/44300



Tipico italiano

Molino Ristorante, spécialiste de la cuisine italienne de haute qua-
lité, recherche pour son expansion en Suisse romande ses futurs res-
ponsables:

Gérants de restaurant Assistants gérants de restaurant

Profil souhaité:

- Age: 28 à 35 ans, d'origine italienne,
- Goût des contacts avec la clientèle et esprit ouvert
- Expérience professionnelle min. cinq ans et certificats de capacité de
caféier et restaurateur (pour les gérants)
- Prêt à relever un nouveau défi. La maîtrise de l'allemand serait un
atout supplémentaire.

Nous offrons:

- Activité au sein d'une équipe jeune et dynamique
- Après formation, possibilités d'évolution au sein de l'entreprise
- Salaire en rapport avec les qualifications
- Cadre de travail agréable d'une société moderne.

Tous ces postes sont à repourvoir dans le canton de Genève.

Si vous répondez à ces critères, adressez vos offres de service avec
curriculum vitae, copies de certificats, photo et références à

Administration centrale Molino's
St. Anagasse 18, 8021 Zurich
À l'attention de Monsieur A. Steiner

P 65130/44300



Institut de jeunes filles de la région
lémanique souhaite engager pour
date à convenir

un cuisinier

Ce poste conviendrait à un jeune
professionnel qui désire développer
ses connaissances, avec le temps
enseigner aux élèves la cuisine fine
et collaborer à la mise au point de
nos livres de cuisine. Nous deman-
dons une personne avec d'excel-
lentes bases, sachant travailler pro-
prement et de manière organisée.
Nous offrons un bon salaire, un ca-
dre de travail et un horaire agréables
(semaine de 5 jours) et une ambi-
ance de travail dynamique.

Prière d'adresser les offres, man-
uscrites avec curriculum vitae,
photographie et copies de certifi-
cats à M^{me} V. Neri
Institut Villa Pierrefeu
1823 Gilon-Montreux.

63394/17235

Cherchons pour date à convenir un

responsable de l'entretien

connaissant la plomberie, électricité, peinture, menuiserie, machines et sachant travailler de manière indépendante. Envoyer dossier complet avec photo à:

Hôtel Le Château d'Ouchy

M^{lle} Anne Schaller
Place du Port 2
1006 Lausanne.

65117/18473

Nous cherchons de suite pour postes fixes et temporaires en Suisse romande

JEUNES CUISINIERS CFC

- Suisses ou permis valable

SOMMELIERS(ÈRES)

- bonne expérience dans la gastronomie demandée

BARMAID/BARMAN

- 25 à 35 ans
- 2 ans d'activité demandées

RÉCEPTIONNISTE D'HÔTEL

- français-allemand ou anglais
- avec expérience

ASSISTANTE DE DIRECTION

- solide expérience dans la vente et le marketing dans un hôtel de grande importance.

Pour plus de renseignements appelez de suite Patrick Lurati ou Thierry Genet.

ADIA HOTEL

(021) 320 68 11
Place de la Riponne 1 - CP 343
1000 Lausanne 17

Hôtel du Parc **** 1801 Le Mont-Pèlerin

Cherche pour la saison 1994

commis de salle demi-chef de rang

Faire vos offres écrites avec certificats, photo et C.V. à la direction

P 65079/25151



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

63308/13005



Situé sortie
autoroute Montreux

Nous cherchons pour début mai ou à convenir.

Sous-chef Chef de partie

Ce poste conviendrait à un jeune professionnel qui désire prendre les responsabilités d'une petite brigade.

Prière d'adresser vos offres avec C. V., références et prétentions de salaire à:

H. Beck, directeur. 63720/6998

Tél. (021) 964 21 51, H+M Beck
CH-1816 CHAILLY-MONTRÉUX

Une bonne occasion pour apprendre le français!

Le Pub et Pizzeria du Cerf
à Estavayer-le-Lac
cherche

jeune serveuse

Bonne présentation, suisse ou permis.
Tél. 037 63 42 92 ou 63 10 07

P 65035/46019

Restaurant de la Fleur-de-Lys
rue des Forgerons 18,
1700 Fribourg

Restaurant gastronomique de grande renommée.
cherche:

cuisinier avec CFC

de suite ou à convenir.
Possibilité d'apprendre le français.
Veuillez faire vos offres par écrit ou téléphonez au 037 22 79 61.

P 65079/119016



Royal Golf & Business Club
Le «Château»
1649 Pont-la-Ville FR
☎ 037 339 111

Nous sommes un hôtel-restaurant-golf de 1^{re} catégorie, situé en bordure du lac de la Gruyère, comprenant un restaurant gastronomique de 70 places, 1 terrasse de 60 places, 1 piano-bar et 12 chambres de luxe. Nous cherchons pour renforcer notre équipe

un deuxième maître d'hôtel un garçon d'office un aide de cuisine

Si vous désirez évoluer dans une ambiance de travail jeune et sympathique,
adressez votre offre manuscrite avec CV à la direction de l'établissement.

P 65113/348279



INTERNATIONAL
COLLEGE OF
HOSPITALITY
ADMINISTRATION BRIG

University of Massachusetts, Amherst USA

EXECUTIVE DEVELOPMENT PROGRAM

at ICHA in Brig-Switzerland

For hotel/restaurant industry managers
(Department Head level and assistants)

23rd May - 3rd June 1994

Sfr. 2500.- all incl. tuition, course fees,
board and lodging

Two-week seminar led by UMASS professors
Dr. J. A. FERNSTEN and F. A. SMITH (former
Marriott Vice-President Human Resources)

Topics are related to global issues in
Human Resources Management:

Myths and Magic: Leadership in a Nutshell
Contented Cows: The Dilemma of Job Satisfaction

Total Quality Management
Motivating Plateaued Employees
etc.

A certificate of completion will be
awarded jointly by the University of
Massachusetts and ICHA.

For more information: Admissions Office
HOTELCONSULT SHCC COLLEGES
CH-1897 LE DOUVERET
Tel. 025 81 30 51 Fax 025 81 36 50

HOTELCONSULT
SHCC COLLEGES SWITZERLAND

INTERNATIONALER STELLENMARKT · MARCHÉ INTERNATIONAL DE L'EMPLOI

büro metro

Auslandstellen, Schiffstellen
Kaderstellen, Sprachaufenthalte

Wir suchen dauernd für:

KREUZFAHRTSCHIFFE

Gutes Englisch Voraussetzung!

Executive Chef

Baker & Pâtissier

Asst. F&B Manager

Barmanager

Asst. Barmanager

Bartender

Küche/KüchInnen

Kellner/KellnerInnen

Cabinstewardesses

Shop Assistants

JERSEY, GUERNSEY SUMMER 1994

HOTELFACHPERSONAL

KÜCHE & SERVICE

Für Leute aus der EWR keine

Arbeitsbewilligung nötig.

Für Schweizer Fachleute

Bewilligung möglich!

Telefon 41(0) 1 201 41 10
Fax 202 16 46

Freigutstrasse 7
CH-8039 Zürich

62419/51136

Hotel & Tourismus Qualitäts-Management

Cerchiamo per rinomato Albergo di primissimo ordine a ROMA



Direttore

Il candidato ideale ha 35-45 anni, è Albergatore diplomato (Lausanne, Glion, Cornell, ecc.), è interessato a coordinare e realizzare la ristrutturazione totale dell'albergo, sviluppando insieme alla proprietà concetti moderni in un ambiente classico ed elegante. Sarà determinante un'originale visione della ristorazione.

L'Albergo ha un «caché» particolare e disporrà, dopo la ristrutturazione di ca. 65 camere, in parte Suites.

Le condizioni d'ingaggio dipenderanno dal profilo del candidato.

I professionisti interessati sono pregati di inviare curriculum, foto, con lettera di accompagnamento manoscritta a:

Urs von Allmen, Wängistrasse 9, CH-8142 Uitikon-Zürich.

63733/218723

Schweizerisch geführtes
Erstklass-Hotel in den
Kanadischen Rocky Mountains
sucht auf 1. Juni 1994

2 Chefs de partie

Falls Sie sich für ein Jahr Aus-
landaufenthalt verpflichten kön-
nen, senden Sie bitte Ihre Bewer-
bung (inklusive Telefonnummer)
an das

Relais & Châteaux
Post Hotel
Box 69
Lake Louise, Alberta
TOL 1EO Canada

65015/198412

Wir sind ein Schweizer Ehepaar und
leben seit einigen Jahren in

Venezuela.

Wir suchen
Allrounder mit Erfahrung
im Wirtefach

für den Aufbau und die Führung des
Restaurants (50 Plätze) in unserem
neu erstellten Bungalow-Hotel mit
28 Betten, direkt am Meer, 120 km
nordöstlich von Caracas.
(Eröffnung Ende 1994).

Spanischkenntnisse erwünscht.
Beteiligung möglich.

Unterlagen unter Chiffre L 005-
112564, an Publicitas, Postfach 7621,
3001 Bern.

P 65043/44500

INTERNATIONALER STELLENMARKT



Wir suchen für die kommende

Sommersaison 1994
April/Mai bis
September/Oktober

für unsere sieben auf westlichen Standard umgebauten Flussschiffe mit je 250 Passagieren, in Russland und in der Ukraine, jüngere und initiative

Hotelmanager

(fundierte F&B-Basis, Gute Deutsch- und Englischkenntnisse)

Restaurantmanager

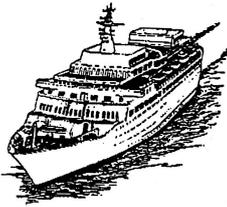
(frontbezogene Person mit Erfahrung in der Führung einer grösseren Brigade)

Suchen Sie eine nicht ganz alltägliche Aufgabe? Dann würden wir uns freuen, wenn Sie bei diesen interessanten Projekten mitmachen möchten. Rufen Sie mich an, wenn Sie Ihre Bewerbungsunterlagen zusammen mit einem Foto neueren Datums an:

I.C.H. Management S.A.
Villa Stadtpark,
z.H. Kurt Baumgartner
Neue Jonastrasse 91, Postfach 1476
8640 Rapperswil
Telefon 055 27 27 55

65121/139688

Möchten Sie auf einem Kreuzfahrtschiff arbeiten?



MS Berlin DAS TRAUMSCHIFF!

Mittelmeer/Nordsee/Fjorde
Ende 1994 Hong Kong/Singapore/
Indonesien

Wir suchen motivierte Mitarbeiter mit entsprechender Erfahrung im gehobenen Hotel- und Gaststättengewerbe:

- Gardemanger • Entremetier
- Barkeeper • Bar-/Weinstewardess
- Chef de Rang • Kabinenstewardess

Freie Stellen auch auf unseren Flussschiffen für die Sommersaison ab sofort:

Chef de Rang, Bar-/Weinstewardess, Kabinenstewardess

Bitte richten Sie Ihre aussagefähigen Bewerbungsunterlagen mit Lichtbild, Zeugnissen und Ihrer Telefonnummer per Fax an Ligabue Catering Services Ltd., Fax-Nr. ++39-41-27 05 703.

65066/183911

Wenn's
pressiert...

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



Anzeigenschluss
für Stelleninserate
Freitag 17 Uhr

STELLENGESUCHE · DEMANDES D'EMPLOI

22jährige Frau (CH, F, D/E), Hand-
schule Biel, sucht eine Stelle als

Réceptionsssekretärin

für Sommersaison 1994.
Angebote unter Chiffre 65082 an
hotel + touristik revue, Postfach,
3001 Bern.

65082/382009

Zwei kanadische Studentinnen,
19 j., (E) mit Franz. kenntnissen,
suchen

Ferienjob

in der franz. Schweiz im Gastge-
werbe, Buffet oder Service, evtl.
Haushalt mit Kindern, Juni, Juli, Au-
gust.

Auskunft Frau E. Kloter,
Schulstrasse 44
8542 Wiesendangen
Telefon 052 37 12 60

65077/382007

Portu ☆ Berna
Information
Gesucht !!

ARBEITGEBER

für Portugiesen!

Saison - Jahres - und Kurz-
aufenthalter !!

Vermittlung kostenlos!!!

Tel: (031) 311 25 10

Fax: (031) 311 26 85

Ein erfahrener Hotelier / Restaurateur (44 J / CH) sucht neue Führungsaufgabe in 3- oder 4-Stern-Hotel, Restaurationsbetrieb oder Managementgesellschaft

Aufgrund seiner guten Ausbildung, vielseitigen Berufser-
fahrung und bisherigen Managementenerfolge ist er in der
Lage, anspruchsvolle Führungsaufgaben zu übernehmen.
Rufen Sie mich an, Sie erhalten dann weitere Informatio-
nen über diese Person und können mit mir seine Eignung
besprechen (ohne Kostenfolge für Sie). Ich respektiere alle
Diskretionswünsche.

Abegg

Unternehmensberatung AG

Freigutstrasse 20, 8002 Zürich, Tel. 01/201 32 30 65104/46470

Auf Frühling/Sommer '94 suche ich eine
neue, berufliche Herausforderung als

Küchenchef

Meine Liebe gilt der natürlichen und neu-
zeitlichen Küche. Saisonaler und markt-
gerechter Einkauf - verbunden mit kreativer
Angebotsgestaltung - sind für mich
sehr wichtig.

Einem Hotel- und/oder Restaurations-
betrieb mit kulinarisch anspruchsvoller
Kundschaft, biete ich viel persönlichen
Einsatz, Erfahrung und Freude am Ber-
ruf. Arbeitsort ZH und Umgebung be-
vorzugt.

Bedanke mich für Ihre Offertenunter-
breitung an Chiffre 63325, hotel + touri-
stik revue, Postfach, 3001 Bern.

63325/211990

22jährige Schweizerin sucht nach
Rückkehr aus Australien per Mai
1994 Saison- oder Jahresstelle
als

Réceptionistin/Sekretärin

Ich biete:
- Reisebürolehre sowie ein Jahr im
Gruppenreisensektor tätig
- Sprachen: D, E, F, I.

Ich bin erreichbar ab 9. April und
freue mich auf Ihren Anruf,
Telefon 064 51 80 84.

0 63216/199176

Sie suchen Réceptionistin/
Hotelsekretärin
****/****-Betrieb
ab Juni 1994

Ich Dipl. Verkehrsschule
St. Gallen
Flugverkehrsleiterin
Pilotenberatung
Administration eines
Flugplatzes.

Karin Bannwart, 9032 Engelburg SG
Telefon 071 27 47 02.

65064/382010

Réceptionistin, Hotelfachfrau mit
Handelsdiplom, D (Bewilligung C), Er-
fahrung in internationalen Businessho-
tels, sucht neue Herausforderung im
administrativen Bereich, Personalwe-
sen, Verwaltung, Hotelsekretärin, Ver-
kauf usw. in der Touristikbranche,
Grossunternehmen, Hotel und Industrie.
Region Zürich, ab 1. August.
Ihr Angebot erreicht mich unter Chiffre
65071 an hotel + touristik revue, Post-
fach, 3001 Bern.

65071/302589

Junges deutsches Fachpaar

Sie: 26 Jahre, Servicefachkraft mit AE
Er: 26 Jahre, Sous-chef.

Seit Jahren in Häusern mit Auszeich-
nungen (Michelin, Gault Millau usw.)
sucht neuen Wirkungskreis in der gehö-
benen Gastronomie ab April/Mai '94.

Bevorzugt Zentral- und Nordschweiz,
aber keine Bedingung.

Angebote unter Chiffre 65067 an hotel +
touristik revue, Postfach, 3001 Bern.

65067/370045

Charmanter Österreicher, 45 J.
jung, sucht neue Herausforderung
als

Chef de service oder Geschäftsführer

Auf Ihre Zuschrift freue ich mich
jetzt schon.

Bitte unter Chiffre Nr. 63729,
hotel + touristik revue, Postfach,
3001 Bern.

63729/357944

File (CH), 18 ans, CFC de com-
merce, bonnes connaissances en
informatique, cherche place
comme

stagiaire

(réception evtl. autres services)

dès septembre '94 ou à convenir.
Ecrire à: Cattin Séverine, Forne-
t-Dessus, 2718 Lajoux.

Suche neuen Wirkungskreis im Berner
Oberland.

Ich, 31, D, mit Ausländerausweis B,
Koch mit Meisterbrief, suche auf 1. Mai
oder nach Übereinkunft Stelle als

Sous-chef

oder als

Küchenchef

Angebote unter Chiffre 63672 an hotel
+ touristik revue, Postfach, 3001 Bern.

63672/360938

Wir suchen für

Portugiesen

(auch Ehepaare)

mit Referenzen Stellen für die kom-
mende Sommersaison
(teilweise deutsch- oder
französischsprachig).

Für den Arbeitgeber ist die Vermitt-
lung kostenlos.

Büro Rio & Select
Kuttelgasse 8, 8001 Zürich
Telefon 01 211 17 65 oder
211 61 73.

55599/217190

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	<input type="checkbox"/> Fr. 120.-	<input type="checkbox"/> Fr. 72.-	<input type="checkbox"/> Fr. 38.-
Ausland (Landweg)	<input type="checkbox"/> Fr. 159.-	<input type="checkbox"/> Fr. 95.-	<input type="checkbox"/> Fr. 52.-
Ausland (Luftpost) Europa, Nahost	<input type="checkbox"/> Fr. 218.-	<input type="checkbox"/> Fr. 130.-	<input type="checkbox"/> Fr. 72.-
Ausland (Luftpost) Übersee	<input type="checkbox"/> Fr. 299.-	<input type="checkbox"/> Fr. 181.-	<input type="checkbox"/> Fr. 99.-

Zutreffendes bitte ankreuzen

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



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: _____