

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 105 (1996)
Heft: 44

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: 16.08.2025

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

hotel+ tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Herausgegeben vom Schweizer Hotelier-Verein (SHV)

HOTEL-REVUE

Seit 1892

L'hebdomadaire pour l'hôtellerie, la gastronomie, le tourisme et les loisirs
Edité par la Société suisse des hôteliers (SSH)

TOURISMUS

Reisemarkt Ost Europa 5

Für finanziell besser gestellte Osteuropäer ist eine Reise in die Schweiz eine Prestigeangelegenheit.

Reduzierter Handel 6

Betrieben vor acht Jahren etwa 60 Bergbahngesellschaften regen Aktienhandel, sind es heute noch die Hälfte.

HOTELLERIE

Arbeitsgesetz 9

Arbeitsgesetz und Referendum. Die Zusätze für Nacht- und Sonntagsarbeit als Zankapfel.

Geschäftsreisen 12

Die Ausgaben für Hotels, Restauration und das Fliegen unterliegen strengen Kontrollen. Amexco prognostiziert.

GASTRONOMIE · TECHNIK

Quo vadis BEX? 13

Aus einer Biermesse in Deutschland wurde nichts. BEX-Initiant Hans-Jürg Rufener denkt an einen Ausstieg.

Weihnachten vermarkten 17

Drei Gastronomen zeigen Hattersheim (BRD), wie sich leere Säle an Weihnachten verkaufen lassen.

HOTEL · TOURISME

Gastronomie panoramique 19

Slogan, club et logo: les trois restaurants tournants d'altitude helvétiques s'associent pour une promotion commune.

Loi sur le travail soutenue 21

Le tourisme soutient la révision partielle de la loi sur le travail, qui sera soumise aux votations le 1er décembre.

SHV · SSH · SSA

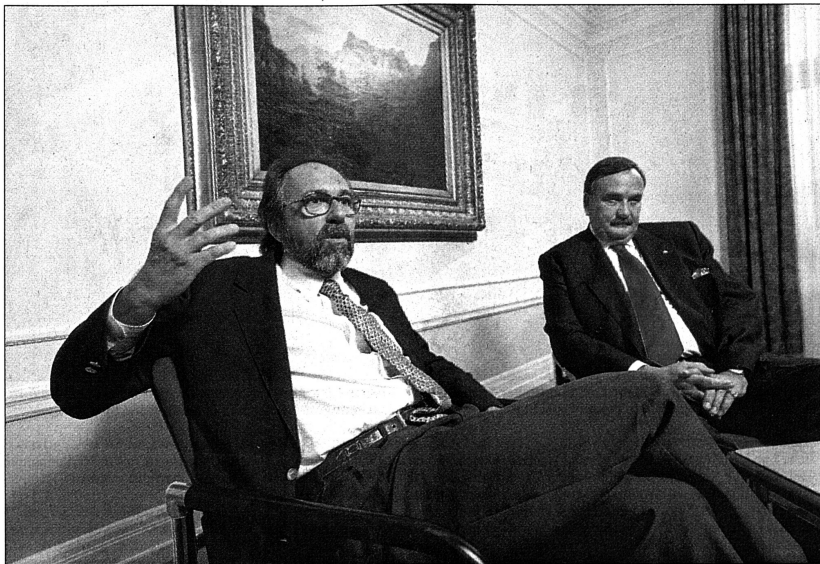
Qualität steigern 23

Anfang 1997 lanciert der SHV ein Führungsinstrument zur Förderung und Messung der Servicequalität.

Réunion automnale 23

Réunion automnale du Groupement de travail romand à Genève: un reportage détaillé.

Schweiz Tourismus



Reutlinger übergibt «mit gutem Gewissen»

In einem Interview mit der *hotel+tourismus revue* äussern sich der scheidende und der neue Präsident von Schweiz Tourismus zur Lage des Schweizer Tourismus. Dick Marty unterstrich dabei die

Notwendigkeit einer verstärkten Zusammenarbeit innerhalb der Tourismusbranche. Ein Ziel, das Paul Reutlinger nach eigenem Bekunden nur teilweise erreicht hat. Das föderalistische System

sowie mangelnde Professionalität vieler Touristiker hätten Entwicklungen behindert, die dringend nötig wären, meinte Reutlinger im Gespräch mit Marty. (Bild: Markus Senn) Seite 2

Switzerland Travel Centre in London

ST will Swiss Centre sichern

Schweiz Tourismus Grossbritannien wird 1997 seine kommerzielle Tätigkeit intensivieren und dazu ein eigenständiges Profitcenter «Switzerland Travel Centre» schaffen, das wie ein Reisebüro Schweiz-Produkte auf dem britischen Markt verkaufen wird. Dank der zusätzlichen Einnahmen soll der teure Standort im Swiss Centre auch in Zukunft gehalten werden können.

STEFAN RENGGLI

Schweiz Tourismus verfügt über zahlreiche Aussenstellen an ausgesprochen attraktiven Standorten. Dazu zählt ganz besonders auch die Londoner ST-Vertretung im Swiss Centre am Leicester Square: Das Swiss Centre zählt jährlich 50 bis 60 Millionen Passanten. Diese exklusiven Lagen der ST-Vertretungen sind aber gleichzeitig immer teurer werdende Standorte. An der «Swiss Centre»-Lie-

genschaft in London besitzt Schweiz Tourismus rund einen Viertel. Die verbleibende Mehrheit ist 1995 aus schweizerischem Besitz an eine britische Gesellschaft übergegangen, die aus der Geschäftsliegenschaft an bester Lage im Zentrum Londons einen maximalen Ertrag erwirtschaften will. Aufgrund dieser veränderten Eigentumsverhältnisse am Swiss Centre werden für 1997 massiv höhere Mietzinsen gelten. Besonders stark betroffen von der Mietzinserhöhung ist das ST-Ladenlokal im Erdgeschoss, dessen Mietzins sich voraussichtlich mehr als verdoppeln wird.

Teure Standorte besser nutzen

Diese Mietzinserhöhung, verbunden mit einer notwendigen Reduktion des Gesamtbudgets für die Landesvertretung in London im Rahmen der aktuellen Sparbemühungen von Schweiz Tourismus, führt zu einer Finanzierungslücke von rund 900 000 Franken. Der Auszug von Schweiz Tourismus aus dem Swiss Centre in eine billigere Liegenschaft böte eine Einsparungsmöglichkeit. Mit der Schaffung eines kommerziellen Swiss

Travel Centre soll jetzt aber der aktivere Weg der Beschaffung der zusätzlich benötigten Mittel beschritten werden.

«Wir wollen diese hervorragende Lage nicht kampflos aufgeben», erklärt ST-Direktor Marco Hartmann. Anstelle der Aufgabe des Standortes Swiss Centre und damit verbunden auch der Verlust der «Swissness» (der Name «Swiss Centre» und die sonstigen Schweizer Attribute würden verschwinden), soll mit einer verstärkten Eigenfinanzierung der heutige Standort gehalten werden. Der Ausbau der kommerziellen Verkaufstätigkeit und deren Auslagerung in ein eigenständiges Profitcenter wird deshalb am Beispiel der ST-Landesvertretung in London im Sinne eines Pilotprojekts mit Start 1997 und einer Laufzeit von drei Jahren getestet.

«Schweiz Tourismus verzeichnet im Jahr insgesamt rund eine Million Kundenkontakte. Wir bedienen diese Kunden zwar mit Prospekten und Infos, können aber aus deren Interesse an der Schweiz nicht unmittelbar eine Buchung generieren», erläutert Hartmann die heutige Situation. Siehe auch Seite 3

Busunternehmer

Das Ausland zieht nach wie vor mehr

Die Schweizer Busunternehmer fahren ihre Gäste lieber ins Nachbarland als in eine Schweizer Region. Einerseits scheint es attraktiver zu sein, im Elsass oder in Süddeutschland zu nächtigen, andererseits klappe die Zusammenarbeit mit den ausländischen Hoteliers besser als mit den helvetischen. Unflexibel und zu keiner Dienstleistung bereit, sind Vorwürfe, die sich Schweizer Hoteliers gefallen lassen müssen. Seiten 6 und 20

Hotelklassifikation 98

Pionierleistung und Anregung

Der Schweizer Hotelier-Verein (SHV) hat mit den Hotelklassifikations-Hearings eine grosse Auslegung zum Thema begonnen. Derart breit liess man sich noch nie zuvor in die Klassifikation ein. Die Vorschläge der Teilnehmer sind vielfältig, doch entschieden wurde noch nichts. Klar zeichnet sich hingegen ab, dass auf der Basis der heutigen Sterne-Klassifizierung weitere Kriterien im qualitativen Bereich nötig sind. Seite 7

hogatec

Plattform für Schweizer

Die Düsseldorf Gastronomie-Fachmesse hogatec wird für Schweizer Aussteller immer wichtiger. Als Folge der nach wie vor zurückhaltenden Investitionen in der Schweiz suchen Zulieferer je länger je mehr den Zugang zum Export. Für die Zukunft wird die hogatec unter anderem ein ernstzunehmender Konkurrent für die IGEHO. Nach Angaben von Produzenten ist die hogatec eine internationale Plattform geworden. Seite 14

Switzerland Network Convention

160 spécialistes américains primés

Optimisation du positionnement de la marque suisse et création de nouveaux canaux de distribution: avec le «Switzerland Network», ST tisse une toile commerciale offensive sur le continent nord-américain. La première «convention» annuelle a eu lieu à Lausanne les 22 et 23 octobre. A cette occasion, 160 professionnels ont ainsi gagné leur distinction de «spécialistes de la Suisse». Prochaine édition en septembre 1997. Page 19

Damit Sie Ihre
Wäscherei-Rechnung
nicht länger
ohne den Wirt machen:
Miele
PROFESSIONAL
Profi-Waschmaschinen
für das Gastgewerbe.
Telefon 056 / 417 24 62

Rosenthal
für die Gastronomie
CH und FL exklusiv bei:
SILBERN
Sternegg AG
Silberwarenfabrik
8201 Schaffhausen
Tel. 052 625 12 91
Fax 052 624 80 94

Textilien für
die Gastronomie
PFEIFFER
PFEIFFER Mollis AG, CH-8753 Mollis
Tel. 055/618 41 41, Fax 055/618 41 00
http://www.swissline.ch/PFEIFFER

Personalberatung für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus
ADIA HOTEL
verändert Ihr Leben
Beachten Sie die Angebote in der
«stellen revue».
Oder rufen Sie uns an!
ADIA HOTEL
Badener-Longstr. 11 - 8026 Zürich
Telefon 01/242 22 11

SCHÄNIS
Für spät
eintreffende
Gäste
**EINFACHE
MONTAGE**
DIGIBOX-Schlüsselausgabe-System
Schlossfabrik Schulte & Co.
CH-8718 Schänis SG
Tel. 055 619 68 00
Fax 055 619 68 68

Paul Reutlinger, Dick Marty, alter und neuer Präsident von Schweiz Tourismus

«Wir stecken in einer Revolution, nicht in einer Krise»

Nach zweieinhalb Jahren hat Paul Reutlinger das Präsidium von Schweiz Tourismus an den Tessiner alt Regierungsrat und Ständerat Dick Marty übergeben. In einem gemeinsamen Gespräch mit der hotel+tourismus revue äussern sich die beiden Touristiker über die Situation des Schweizer Tourismus und von «Schweiz Tourismus».

Interview:
ANDREAS NETZLE

Herr Marty, Sie übernehmen das Präsidium von Schweiz Tourismus in einer schwierigen Zeit: Der Tourismus steckt in einer Krise; das Image der Schweiz im Ausland ist angeschlagen. Freuen Sie sich auf diesen Job?

Marty: Ich würde nicht von einer Tourismuskrisis sprechen. Wir befinden uns vielmehr in einer Wirtschaftskrise, die allerdings nicht so dramatisch ist, wie viele glauben. Der aktuelle strukturelle Wandel gleicht deshalb eher einer Revolution als einer Krise. Wir werden nämlich nicht mehr zum früheren Zustand zurückkehren. Auf den Tourismus wirkt sich das psychologische Moment der aktuellen Unsicherheit direkt aus. Die Leute sparen und geben weniger aus. Sie gehen zwar gleich oft in die Ferien, aber sie bleiben weniger lang und konsumieren weniger. Ich meine aber, dass die Schweiz trotz allem gute Karten hat. Allerdings ist die Schweiz gerade im europäischen Vergleich mit ihren Problemen im Tourismus nicht alleine. Was uns aber fehlt, ist ein gesunder Optimismus.

Marty: «Uns fehlt ein gesunder Optimismus.»

Wie würden Sie als oberste Werber für die Schweiz heute unser Land im Ausland anpreisen?

Marty: Die altbewährten Bilder sind



Der neue ST-Präsident Dick Marty konnte als Tessiner Volkswirtschaftsdi- rektor bereits Tourismus-Erfahrung sammeln.

Fotos: Markus Senn



Der scheidende ST-Präsident Paul Reutlinger zu seinem Nachfolger Dick Marty: «Was früher als SVZ etwas Beamtenhaftes hatte, ist jetzt in eine privatwirtschaftlich organisierte Marketingunternehmung überführt worden.»

nach wie vor gültig: Die aussergewöhnliche Landschaft und vor allem die Vielfältigkeit der Schweiz. Ich bin immer wieder beeindruckt, wie in einem so kleinen Land so verschiedene Landschaftsformen von den Palmen bis zu den Gletschern alles vorhanden ist.

Reutlinger: Wir müssen uns auf die ureigensten Stärken besinnen: Landschaftliche und kulturelle Vielfalt, aber auch die Sicherheit. Viele Touristen und bekannte Persönlichkeiten kommen in die Schweiz, weil sie sich hier völlig sicher fühlen. Nützlich wäre eine differenzierte Analyse, die zeigt, in welchen Bereichen des täglichen Lebens, der Lebensqualität, wir besser sind als andere Länder.

Neben dem Imageproblem der Schweiz im Ausland besteht ein Imageproblem des Tourismus in der Schweiz. Was kann die Branche dagegen tun?

Marty: Die Schweizer haben nie richtig verstanden, wie wichtig der Tourismus für sie ist. Erst die Krise hat gezeigt, dass vom Tourismus noch weitere Wirtschaftszweige abhängen sind. Die Branche muss zu dieser Bewusstseinsbildung beitragen. Wenn allerdings der Mehrwertsektorsatz, für den wir im Parlament gekämpft haben, nur von Teilen der Hotellerie an den Gast weitergegeben wird, wirkt sich das auf das Image direkt aus.

Reutlinger: Es war bei meinem Amtsantritt eine meiner Absichten, eine breite Zusammenarbeit in der Branche zu erreichen. Ich habe aber gemerkt, dass in der Tourismuswerbung unser föderalistisches System eher hinderlich ist. Entwicklungen erfolgen in ganz kleinen Schritten. Noch immer bekämpfen sich

Verkehrsvereine oder Hotels untereinander statt zusammenzuarbeiten. Auch ist es gerade Mode, dass die Regionen die Zusammenarbeit zugunsten der Destination Schweiz im Ausland zurückstellen und getrennt vorgehen. Hier fehlen dann der nationalen Tourismuswerbung die nötigen Mittel.

Weshalb fehlt denn die Einsicht in die Notwendigkeit stärkerer Kooperation?
Reutlinger: Ehrlich gesagt, es fehlt vielerorts an Professionalität. Wir brauchen im Tourismus mehr und bessere Professionals statt der verbreiteten Mischung aus Lokalpolitikern, Hotelvertretern und Seilbahnbetreibern.

Marty: Ich habe im Tessin erlebt, wie problematisch die vielen kleinen Verkehrsvereine mit ihren politischen Machtpositionen sind. Vielleicht hilft uns die aktuelle Krise dabei, dass sie ihre Macht etwas abgeben.

Reutlinger: «Es fehlt im Tourismus an Professionalität.»

Herr Reutlinger, Sie haben Schweiz Tourismus in einer schwierigen Phase übernommen. In welchem Zustand übergeben Sie die ST an Ihren Nachfolger?

Reutlinger: Ich übergebe die ST mit einem guten Gewissen. Natürlich ist noch nicht alles so, wie es sein muss. In der heutigen Zeit ist aber alles immer in Veränderung. ST hat sich in Richtung modernere Mittel der Marktbearbeitung entwickelt. Die Equipe hat sich verjüngt. Was früher als SVZ etwas Beamtenhaf-

tes hatte, ist jetzt in eine privatwirtschaftlich organisierte Marketingunternehmung überführt worden.

Nach nur zwei Jahren wird jetzt die ST wieder umstrukturiert. Ist das ein gutes Zeichen?

Reutlinger: Veränderungen müssen laufend stattfinden. Man sollte aber eine Organisation nicht unnötig überfordern, indem laufend verändert wird. Die jetzige Reorganisation kam von Direktor Marco Hartmann. Ich habe ihm dazu gratuliert, denn es braucht auch Mut dazu, nach anderthalb Jahren zu erkennen, dass etwas verbessert werden muss.

Die nächste Änderung der Organisation steht mit DMC Schweiz bereits vor der Tür.

Reutlinger: Entschieden ist noch nichts. Die Arbeitsteilung in allgemeine Werbung, Promotion und in eine kommerzielle Tätigkeit lag schon lange in der Luft. Ob damit bereits wieder eine neue Organisationsform nötig wird, oder ob dann ST und DMC nebeneinander arbeiten, ist noch offen. Eine Anpassung der Struktur bzw. die Auslagerung gewisser Bereiche an DMC Schweiz wird aber sicher nötig sein.

Wird die geplante DMC und damit die stärkere Kommerzialisierung der touristischen Organisationen dem Tourismus einen neuen Schub verleihen können?

Reutlinger: Das alles ist ja nicht ganz neu. Es gibt einige Verkehrsvereine mit eigenen Kongressorganisationen als kommerzielle Unternehmen. Man versucht jetzt einfach, dies auf einer höheren Stufe auch zu tun. Das Ganze ist nötig geworden, weil es in der Schweiz relativ wenige Incoming-Operators gibt. Die entsprechenden Reisebüros haben sich hauptsächlich um das Outgoing-Geschäft gekümmert. Dieses Vakuum versucht jetzt DMC Schweiz aufzufüllen.

Marty: Eines darf man aber nicht übersehen. Wenn Schweiz Tourismus stärker in das Reisegeschäft einsteigt, schafft sie eine neue Konkurrenz zu den bestehenden Unternehmen, auf die wir angewiesen sind. Wir dürfen hier kein Eigentor schiessen.

Marty: «Ich möchte die Wirtschaft stärker in den Tourismus einbinden.»

Die kommerzielle Tätigkeit der ST ist ja auch vom Bundesauftrag her nicht unumstritten.

Reutlinger: Der Vorstand sieht hier kein Problem, solange die Bereiche getrennt geführt werden und keine Interessenskonflikte entstehen. Man muss allerdings aufpassen, dass nicht nur die grossen oder reichen Verkehrsvereine oder Hotelgruppen mitmachen können oder dass nur die erfolgreichen Produkte verkauft

werden. ST hat einen nationalen Auftrag und muss für alle Regionen und Beitragszahler da sein.

Wo sehen Sie, Herr Marty, den grössten Handlungsbedarf bei Schweiz Tourismus?

Marty: Wir müssen versuchen, der Zersplitterung im Schweizer Tourismus entgegenzuwirken, die Leistungsträger näher zusammenzubringen und auf ein gemeinsames Ziel auszurichten. Als Beispiel: Lugano und Locarno sind keine Konkurrenten. Beide Orte haben gemeinsame Konkurrenten, etwa die Adria oder die Côte d'Azur. Gäste, die nach Locarno kommen, sind auch eine Chance für Lugano und umgekehrt. Dieses Bewusstsein braucht es in der ganzen Schweiz. Ein weiteres Ziel wird sein, die ganze Wirtschaft in den Tourismus einzubinden. Es ist nicht richtig, dass nur die Hotels den Tourismus finanzieren, während auch andere davon profitieren.

Reutlinger: «Wir wurden von der Entwicklung im Internet überholt.»

Ein Projekt, das Sie sich, Herr Reutlinger, vorgenommen haben, konnten Sie nicht realisieren. Das «InfoRes» ist heute nur ein internes Informations- und nicht Reservationssystem.

Reutlinger: Das ist richtig. Da wurden wir von einer Entwicklung überholt. Das Internet hat innerhalb der letzten zwei Jahre an Bedeutung rasant gewonnen. ST hat darauf reagiert und das Reservationssystem, das ich in einem globalen Netz gesehen habe, etwas zurückgestellt. Die Schweiz war dafür eines der ersten Länder, das mit einem vernünftigen Angebot auf Internet präsent war. Immerhin können aber im «InfoRes» alle touristischen Kreise miteinander und ST mit ihren Auslandsstellen über E-Mail kommunizieren. Und das ist doch schon ein Fortschritt.

Welches sind die wichtigsten Vorhaben, die Sie mit ST realisieren wollen, Herr Marty?

Marty: Auch ich als Laie messe der Informations-Technologie eine hohe Priorität zu. Ich war wohl der erste Politiker, der Wahlpropaganda auf Internet machte. Das haben zwar nicht viele gesehen, dafür haben die Zeitungen intensiv darüber berichtet... Das zweite ist die Förderung der Qualität. Die Schweiz wird nie ein Billigland sein. Um so wichtiger ist das Preis-Leistungs-Verhältnis. Allerdings ist dafür jeder einzelne Leistungsanbieter verantwortlich und nicht Schweiz Tourismus. ST muss aber klarmachen, dass sie auf dem Markt nur gute Produkte verkaufen kann.



Paul Reutlinger hat sein Präsidialamt abgegeben. Ob es aber still wird um den Chef der belgischen Sabena?

Welchen Rat möchten Sie zum Schluss Ihrem Nachfolger Dick Marty auf den Weg geben?

Reutlinger: Herr Marty braucht keine Ratschläge. Er ist in verschiedenen Führungsfunktionen erfahren und absolut kompetent. Für Schweiz Tourismus wünsche ich mir jedoch, dass sie nicht durch interne, föderalistische Probleme – oder durch Journalisten – auf Trab gehalten wird, und sich nicht nur mit sich selbst beschäftigen muss. Schweiz Tourismus soll auf dem Markt aktiv sein können.

«Überschuldung der Hotellerie bereitet Sorgen»

Herr Reutlinger, wie schätzen Sie die Lage der Hotellerie als der Leitbranche im Tourismus ein?

Reutlinger: Unsere Hotellerie kommt im Moment in den einheimischen Medien etwas schlecht weg, weil nur die negativen Beispiele erwähnt werden. Immerhin hat die neue Führung des Schweizer Hotelier-Vereins jetzt den Mut, auch unorthodoxe, bei der Basis unpopuläre Meinungen zu vertreten. Mir scheint das Ziel «weniger, dafür bessere Hotels» richtig zu sein. Auch wird mit den eingeleiteten Qualitätsprogrammen ein wichtiger Schritt nach vorne getan. Es braucht aber noch sehr grosse Anstrengungen, wenn man sieht, was unsere Konkurrenzländer im Bereich der Infrastruktur aber auch der Servicequalität unternommen haben.

Sie, Herr Marty, scheinen nicht viel von unseren Hotels zu halten. Anders als viele Parlamentarier wohnen Sie während den Sessions in einer kleinen Wohnung in der Altstadt.

Marty: (lacht) Das ist eine Unterstel-

lung. Ich darf daran erinnern, dass ich in dieser Branche grossgeworden bin. Mein Vater arbeitete 53 Jahre in der Hotellerie. Aber ich stimme Herrn Reutlinger zu: Wir haben im internationalen Vergleich an Terrain verloren. Was mir Sorge bereitet, ist, dass viele Hotels überschuldet sind und nicht mehr investieren können. Als wir nach den Überschuldungen in Locarno den Hotels à-fonds-perdu-Beiträge an Renovations-Investitionen anboten, wurde der Kredit längst nicht ausgeschöpft. Die Hotels hatten zuwenig Eigenmittel, um die günstigen Kredite beanspruchen zu können.

Wären so gesehen nicht Stillegeprämien wie in der Landwirtschaft sinnvoll?

Reutlinger: Der Strukturwandel hat auch seine Grenzen. Wir dürfen nicht vergessen, dass nicht nur die Hotellerie zum Tourismus gehört. Gerade in der Hochsaison braucht es genügend Bettenkapazitäten. Gibt es aber weniger Betten, kommen weniger Gäste, die wiederum weniger konsumieren. Das

spüren dann die Bahnen, die Restaurants und das Gewerbe sehr direkt.

Servicequalität hängt sehr eng mit den Mitarbeitern und ihrer Ausbildung zusammen. Was kann hier getan werden?

Marty: Wir müssen dafür sorgen, dass wieder mehr Schweizerinnen und Schweizer im Gastgewerbe arbeiten – ohne damit etwas gegen Ausländer zu sagen. Damit entsprechen wir einfach der Erwartung des Gastes. Es muss doch für junge Leute interessanter sein, den ganzen Tag mit Menschen zu tun zu haben statt mit einem Computer!

Reutlinger: Auch bei der Ausbildung muss man ansetzen. Unsere Hotelfachschulen wollen primär künftige Hotelrektoren heranzüchten. Vielleicht sollten wir aber wieder stärker die praktische Ausbildung in den Vordergrund stellen und so auch weniger gut Qualifizierte auf interessante Tätigkeiten vorbereiten. Zudem müsste man viel stärker versuchen, bereits in den Schulen ein gutes Bild von den Berufen im Tourismus und im Gastgewerbe zu vermitteln.

Switzerland Travel Centre in London

Chance für markttaugliche Schweizer Angebote

Von heute rund 4 auf 8 Millionen Franken muss der kommerzielle Umsatz von Schweiz Tourismus Grossbritannien gesteigert werden, damit das Switzerland Travel Centre selbsttragend arbeiten kann und die Zukunft im Swiss Centre gesichert ist.

STEFAN RENGGLI

Schweiz Tourismus hat in der Mittelfristplanung 1997 bis 1999 die Absicht festgehalten, den Logiernächterückgang der vergangenen Jahre nicht nur stoppen zu wollen, sondern die touristischen Gesamtausgaben in der Schweiz um 5 Prozent zu erhöhen. Dieses ambitionierte Ziel soll unter anderem durch ein «integriertes Marketing» erreicht werden, das von der Produktion über die Kommunikation bis hin zur eigenen Distribution reicht. Leitgedanke der Kommerzialisierung von ST-Auslandvertretungen ist, aus dem Interesse an der Schweiz vermehrt eine Buchung zu generieren, die dem Schweizer Tourismus mehr Gäste verschafft und gleichzeitig zur verstärkten Eigenfinanzierung der Vertretung beiträgt. Die Reisebüroaktivität ist in dieser spezifischen Form neu im Aktivitätenprogramm von ST, nicht aber die kommerzielle Tätigkeit an sich: Bereits heute verkaufen – in unterschiedlichem Ausmass – die ST-Aussendienststellen Bahn- und Flugtickets, Autobahn-Vignetten etc.

In drei Jahren selbsttragend

Schweiz Tourismus in London soll als Pilotprojekt für die Ausweitung der bisherigen Geschäftstätigkeit dienen und ein «Switzerland Travel Centre» (STC) auf-



Das Switzerland Travel Centre soll dazu beitragen, den attraktiven Standort Leicester Square mit 50 bis 60 Millionen Passanten im Jahr für die Schweizer Tourismuswerbung zu erhalten.

Foto: Stefan Renggli

bauen. Schweiz Tourismus übernimmt für die Pilotphase des Londoner STC eine jährliche Defizitgarantie von 100 000 Franken. Innerhalb von drei Jahren soll das STC selbsttragend sein. Dazu wird ein Jahresumsatz von rund 8 Millionen Franken benötigt.

Bereits heute erzielt ST London einen

jährlichen Verkaufsumsatz von 4,2 Millionen. Der zusätzliche Umsatz von etwa 4 Millionen Franken soll hauptsächlich durch eine Intensivierung der Verkäufe im Bahn- und Flugsektor erzielt werden und in geringerem Masse durch den Verkauf von Packages und sonstigen Angeboten. Falls die dreijährige Pilotphase den gewünschten Erfolg nicht bringt, wird das Switzerland Travel Centre aufgelöst; wahrscheinlich müsste ST London dann nach einer günstigeren Lokalität für dessen weitere Arbeit Ausschau halten.

Zweiteilung in ST und STC

Die Aktivitäten der heutigen ST-Landesvertretung London werden neu aufgeteilt: Schweiz Tourismus als Marketingorganisation mit lediglich noch fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und dem Direktor Urs Eberhard übernimmt die Kernaufgaben der Landeswerbung (Sales Promotion, PR/Medienbetreuung). Die für die klassischen ST-Aktivitäten benötigten Räumlichkeiten befinden sich in Etagenlage im Swiss Centre, allerdings nicht mehr wie heute in den grosszügig bemessenen Räumlichkeiten in der 10. Etage, sondern auf einer wesentlich geringeren Bürofläche. Die schlankere Struktur von ST London soll auch die im Mittelfristplan geforderte Erhöhung des Marketingbudgets um 20 Prozent erlauben.

Das neugeschaffene Profitcenter «Switzerland Travel Centre» (STC) ist ein voll-

wertiges Reisebüro und verfügt über alle in Grossbritannien benötigten Lizenzen sowie über eine britische Reiseagentur. «Die Stärke des Switzerland Travel Centre wird seine Spezialisierung sein. Kein anderes Reisebüro kann mit einem ähnlich hohen Produkte-Know-how aufwarten», begründet STC-Initiator Eberhard seinen Optimismus. Das STC wird touristische Schweiz-Produkte verkaufen aus den Bereichen Bahn, Flug, Veranstalter-Packages, Angebote von Schweizer Anbietern, Vignetten, Versicherungen, Merchandise-Artikel etc. «Voraussetzung für die Aufnahme eines Produkts in unser Angebot ist natürlich dessen Markttauglichkeit», erklärt Eberhard.

Zielgruppe des STC sind primär Individualgäste (FITs). Insbesondere im Flugbereich und in Zusammenarbeit mit Swissair sollen aber auch Gruppen zum Zielpublikum des STC gehören. Darüber hinaus wird das STC aber auch Dienstleistungen im Bereich Business/Kongresse bieten. Den CRS-Zugang erfolgt derzeit über Galileo, je nach zukünftigen Partnern und deren CRS-Präsenz werde aber ein Umstieg zu Sabre zu diskutieren sein, erklärt Urs Eberhard. Mittels Allotments können aber auch Produkte vertrieben werden, die nicht auf einem CRS präsent sind – im Bereich der Nicht-TO-Angebote aus der Schweiz wird dies wahrscheinlich die Mehrzahl der Produkte sein.

Zusätzlich übernimmt das STC im Auf-

tragsverhältnis und mit entsprechender Abgeltung von ST die Kundeninformation am Schalter und per Telefon. Weitere Einnahmelmöglichkeiten bestehen in der zeitweiligen Vermietung eines Schaufensters als «Window to Switzerland» an touristische Partner. Das STC mietet für seine Tätigkeit das bisherige ST-Ladenlokal mit angrenzendem Backoffice-Bereich. Insgesamt wird das STC zehn Personen beschäftigen; derzeit läuft in Grossbritannien noch die Suche nach dem zukünftigen Manager der Verkaufsabteilung, ein externer Profi soll diese Aufgabe übernehmen. Die übrigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rekrutieren sich aus der bisherigen ST-Crew und werden für ihre zukünftige Aufgabe zusätzlich geschult werden. Übergeordneter verantwortlicher Direktor des STC ist Urs Eberhard.

Falls das STC-Pilotprojekt erfolgreich sein wird, ist eine Adaption auf andere Märkte vorgesehen. Allerdings sind nicht in jedem Land kommerzielle Tätigkeiten der ST-Landesvertretungen erlaubt. Fallweise werden dann neue Formen gefunden werden müssen.

Keine Konflikte mit dem Auftrag des Bundes

Gemäss Bundesauftrag ist die Förderung der Nachfrage für die Schweiz als Reise- und Tourismusland Kernaufgabe von Schweiz Tourismus. Im Vordergrund stehen dabei Informations-, Werbung, Marktforschung, nicht aber kommerzielle Aktivitäten. Zu den drei Standbeinen der ST-Finanzierung gehören aber neben den Bundesgeldern und der Mitgliederbeiträge dennoch auch durch ST selber erwirtschaftete Verkaufserträge. Ursprünglich vor allem verstanden als Erträge aus dem Verkauf von Transportleistungen (Bahnбилет und Flugtickets), erfährt das Standbein «Verkaufserträge» mit dem Switzerland Travel Centre nun eine Ausweitung auf zusätzliche Bereiche.

Solange das Ziel der kommerziellen Tätigkeit nicht gewinnorientierter Selbstzweck sei, sondern zur Aufrechterhaltung der Kernaufgaben von Schweiz Tourismus beitrage, seien von Bundesseite wohl kaum Vorbehalte zu erwarten, erklärt Peter Keller, Chef Dienst für Tourismus am Biga. Im Mai dieses Jahres wurde das Projekt STC dem Vorstand von Schweiz Tourismus unterbreitet und von diesem als dreijähriger Pilotversuch bewilligt. Im Vorstand von ST hat mit dem Biga-Direktor Jean-Luc Nordmann auch ein Vertreter des Bundes Einsitz, der in der verstärkten kommerziellen Tätigkeit von Schweiz Tourismus keinen Widerspruch zum Bundesauftrag feststellte. STR

STC findet breite Akzeptanz

Das Projekt «Switzerland Travel Centre» ist bisher nicht offiziell kommuniziert worden. Urs Eberhard wird anlässlich der VSTD-Managementtage am 5. November die touristischen Partner über den neuen Vertriebskanal für den britischen Markt informieren. Bereits haben aber verschiedene touristische Partner sehr positiv auf die neue ST-Initiative reagiert. Swissair in Grossbritannien will in Zukunft einen wesentlichen Teil ihres Gruppenbusiness über das STC abwickeln. Und auch die SBB, einzelne Privatbahnen und Destinationen haben ihr Interesse an einer Intensivierung der Zusammenarbeit artikuliert. Für Nischenprodukte und kleinere Angebote, die kein grosser Reiseveranstalter in seine Produktpalette und in seine Kataloge aufnehmen will, könnte das auf Schweizer Reisen spezialisierte STC ein geeigneter Absatzweg sein. Und auch für eine zukünftige DMC

Schweiz könnte eine gute, spezialisierte Verkaufsstelle in London dereinst als Vertriebskanal wertvoll sein. Für die britischen Reiseveranstalter mit Schweiz-Produkten in ihrem Angebot ist die hervorragende Lage des STC ein guter «Point of Sales». Keine Kritik ist auch von der Seite der britischen Retailer zu erwarten, da sich in der Nähe des Swiss Centre kein Reisebüro auf Schweizer Angebote spezialisiert hat. Ernsthafte Bedenken auf der Retailer-Seite würden erst dann aufkommen, wenn das Beispiel des Switzerland Travel Centre Schule machen würde und andere Tourismusorganisationen ähnliche Verkaufsorganisationen aufbauen würden. Spanien erzielt aktuell einen Anteil am britischen Outgoing-Geschäft von etwa 30 Prozent; eine Verkaufstätigkeit der spanischen Landeswerber würde die britischen Retailer wesentlich härter treffen. STR

Tourismuspolitik

Bundesbeschluss 1997 im Parlament

Der Bundesbeschluss über die Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus, gemäss dem in den nächsten fünf Jahren insgesamt 18 Millionen Franken zusätzliche Bundesgelder in den Tourismus fliessen sollen, wird voraussichtlich 1997 dem Parlament vorgelegt. Die Vernehmlassung zum Bundesbeschluss und zum Tourismusbericht ist positiv verlaufen; mit einzelnen Vorbehalten und Verbesserungsvorschlägen haben praktisch alle relevanten Organisationen zugestimmt. «Vorort, Schweizerischer Gewerbeverband, Kantone etc. und alle Organisationen des Tourismus sind für den Erlass», erklärt Peter Keller, Chef des Dienst für Tourismus beim Biga. «Die gemachten Anregungen haben wir berücksichtigt: Die Einschränkung der Unterstützung auf nicht-gewinnorientierte Organisationen wurde fallengelassen.» Derzeit läuft die Ämterkonsultation. «Bei einer Verabschiedung noch im Dezember durch den Bundesrat kann die Vorlage im Frühling in den Erstrat kommen.» Gleichzeitig wird auch der Tourismusbericht dem Parlament zur Kenntnisnahme übergeben. «Es ist sinnvoll, dass das Parlament die beiden Dinge zusammen behandelt», so Keller. STR

«SonntagsBlick»

Stark beachteter «Winterplausch»

Am vergangenen Sonntag ist die Beilage «Winterplausch» zum «SonntagsBlick» erschienen. In der 48seitigen Beilage werden ausschliesslich Schweizer Winterangebote vorgestellt. Das Patronat hat der Schweizer Hotelier-Verein. Die vierfarbige Seite kostet stolze 13 800 Franken, eine Viertelseite schwarz/ weiss immerhin noch 3300 Franken. Neu eingeführt worden ist eine Kollektivseite, wo Einzelhotels ihr Angebot günstiger für 1350 Franken präsentieren können. «Erfreulicherweise versuchen die Inserenten, ihre Message vermehrt segmentgerecht zu kommunizieren», beobachtet Peter Fehrlin, Direktor der mit der Inseratequisition beauftragten Mosse Annoncen. Heinz Keller, Leiter der ST-Vertretung Schweiz, berät Inserenten bei der Wahl aktueller Themen. Der hohe Beachtungsgrad der Tourismus-Beilage zeigt sich im Wettbewerb-Rücklauf. Während dieser bei einem normalen «Blick»-Wettbewerb bei 1 Prozent der Auflage liegt, waren es bei der Sommer-Tourismusbeilage 4,5 Prozent. Ein Bike-Hersteller verzeichnete auf sein Inserat hin einen Rücklauf von 5000 Coupons. Und Gstaad hatte dank der Erwähnung in einem redaktionellen Text rund 1000 Anfragen. STR

SWISSORAMA

50 000 Franken für Lauberhorn-Schnee. Für die geplante 7,7 Millionen Franken teure Lauberhorn-Beschneigungsanlage haben die Standortgemeinden, die Bergbahnen, Verkehrsvereine und weitere interessierte Kreise Beiträge gesprochen. Die Tourismusorganisation Interlaken, selber in Geldnöten, lud zwecks Mitfinanzierung der Anlagen zu einer Benefizveranstaltung. 550 Gäste trugen mit ihrem Eintrittsgeld zur Finanzierung der Anlage bei. Mit dem Reinerlös von 50 000 Franken wurden die Erwartungen der Organisatoren erfüllt. SM

Trotz BEA: Berner wollen Eishockey-Weltmeisterschaft 1998. Das Datum der Eishockey-Weltmeisterschaft vom 1. bis 17. Mai kollidiert mit der traditionellen Berner Frühlingssmesse BEA. Um beide Anlässe durchführen zu können, soll die BEA teilweise in Provisoren untergebracht werden. Eine teure Angelegenheit: Die BEA verlangt 1,4 Millionen Franken für den Verzicht auf das Allmendstadion. Weitere 600 000 Franken würden die Stadionmiete für die WM und die Eisauflage bereitstellen. Die Gemeinde- und Regierungsrat lediglich über Kompetenzen für 150 000 bzw. 250 000 Franken verfügen, werden nun Sponsoren gesucht. Die WM könnte neben der Werbewirkung für Bern rund 100 000 Übernachtungen in Berner Ho-

tels und rund 30 Millionen Franken Umsatz für Gewerbe und Tourismus bringen. Unklar ist jedoch, wieviel die zusätzlichen Logiernächte überhaupt wert wären, da die Auslastung der Hotels im Raum Bern im Mai mit 55 Prozent ohnehin vergleichsweise hoch ist. SR

Lok 7: Einsatz auf der Rigi hat sich gelohnt. An 147 Tagen legte die nostalgische Lok 7 im Jubiläumsjahr der Rigi-Bahnen fast 4000 Kilometer zurück. Die Bilanz ist positiv: Technische Probleme gab's keine, dafür um so mehr Fahrgäste. Von Rigi Staffel nach Rigi Kulm beförderte sie 33 260 Fahrgäste (Auslastung 75 %), und von Rigi Kulm nach Rigi Staffel 12 100 Fahrgäste (Auslastung 27 %). Die Lok 7 hat im wesentlichen dazu beigetragen, dass trotz des regnerischen Wetters von Juni bis Oktober 16 760 Fahrgäste mehr befördert wurden als in der gleichen Periode des Vorjahres. Die Lok 7 wird nun, nach einem Absteher nach Winterthur (Jubiläum der Schweizerischen Lokomotiv- und Maschinenfabrik) wieder ins Verkehrshaus transportiert. Dort bleibt sie aber lediglich bis Ende Mai 1997. Danach kommt sie, im Rahmen des Jubiläums 150 Jahre Schweizer Bahnen, wieder auf der Rigi zum Einsatz. An 115 Tagen wird sie von Arth-Goldau aus bergwärts dampfen. MAY

REKLAME

twit
TOURISTIK
WERBETEAM

PROSPEKTE • FOTOS
GRAFIK • INSERATE
TEXTE • KONZEPTE
GOLFPROMOTION

wir sind ein kleineres team, seit 20 jahren mit der produktion von hotelprospekten vertraut, und erstellen diese von a bis z mit viel sorgfalt und persönlichem engagement.

testen sie unsere leistungsfähigkeit und fordern sie uns zu einem unverbindlichen gespräch heraus.

bis bald! abgemacht?
abgemacht!

touristik werbe team
bruno gafner
bahnhofstrasse 38
7310 bad ragaz
telefon und fax
081 302 81 43
natel 077 63 08 80



Vom Bittsteller zum Partner – Der richtige Umgang mit Banken

Datum/Ort: 20. November 1996 in Zürich

Kurszeit: von 09.00 Uhr bis 12.00 Uhr

Referent: Thomas Bruppacher, Unternehmensberater
Bruppacher & Partner, Herisau

Teilnehmer: UnternehmerInnen

Kursziel: – Tips für den erfolgreichen Umgang mit Banken
– Raster zur Erstellung eines Kreditgesuchs anwenden lernen
– Finanzierungsgrundsätze kennenlernen

Kurspreis: Mitglieder SHV/SWV Fr. 94.– (inkl. MwSt)
Nichtmitglieder SHV/SWV Fr. 110.– (inkl. MwSt)

Konkursgefahren erkennen

Datum/Ort: 20. November 1996 in Zürich

Kurszeit: von 14.00 Uhr bis 17.00 Uhr

Referent: Thomas Bruppacher, Unternehmensberater
Bruppacher & Partner, Herisau

Teilnehmer: UnternehmerInnen

Kursziel: – Bedeutung der Zahlungsfähigkeit und der Liquidität erkennen
– Einflussfaktoren definieren, welche die Liquidität beeinflussen
– Liquiditätsplanung erstellen

Kurspreis: Mitglieder SHV/SWV Fr. 94.– (inkl. MwSt)
Nichtmitglieder SHV/SWV Fr. 110.– (inkl. MwSt)

Weiterbildungskurse finden das ganze Jahr statt.
Verlangen Sie jetzt unsere Kursbroschüre.

Monbijoustrasse 130, 3007 Bern, Tel. 031 370 41 11, Fax 031 370 44 44

HOTELA unterstützt Ihre berufliche Ausbildung
HOTELA Ihre ★★★★★ Versicherung



Neues Lebensmittelgesetz «Chance statt Ärger»

Datum/Ort: 20. November 1996 in Spiez

Kurszeit: von 14.00 Uhr bis 17.00 Uhr

Referent: Werner Wirth, We Wi Gastro-Schulung, Urtenen/Bern

Teilnehmer: UnternehmerInnen, Kader

Kursziel: Die TeilnehmerInnen lernen, mit der mitgelieferten Unterlage richtig umzugehen und daraus einen Nutzen für den Betrieb herauszuholen.

Kurspreis: Mitglieder SHV/SWV Fr. 142.– (inkl. MwSt)
Nichtmitglieder SHV/SWV Fr. 167.– (inkl. MwSt)

Weiterbildungskurse finden das ganze Jahr statt.
Verlangen Sie jetzt unsere Kursbroschüre.

Monbijoustrasse 130, 3007 Bern, Tel. 031 370 41 11, Fax 031 370 44 44

HOTELA unterstützt Ihre berufliche Ausbildung
HOTELA Ihre ★★★★★ Versicherung

MINERVA

MINERVA ZÜRICH – EIN INSTITUT DER AKAD-GRUPPE

Hotel-Handelschule SHV Zürich



Grenzüberschreitende Aussichten

Eine Berufslaufbahn voller Abwechslung und Aussichten, national wie international, beginnt in einer SHV-anerkannten Hotel-Handelschule. Die Ausbildung bei Minerva erfolgt im Auftrag und nach dem Reglement des Schweiz. Hoteliervereins und ist als Erstausbildung geeignet für Schulentlassene (Sekundar- oder Bezirksschüler/innen, gute Realschüler/innen) oder als Zweitausbildung für Mitarbeiter/innen aus der Hotellerie und dem Gastgewerbe. Ziel ist eine vollständige kaufmännische Berufsausbildung mit branchenbezogener Gewichtung und fremdsprachlicher Ausrichtung.

Hotel-Sekretär/in mit Diplom SHV

1 Jahr Vollzeitschule und 1 Jahr gelenktes (und bezahltes) Praktikum.

Hotelsekretär/in mit Eidg. Fähigkeitszeugnis

Nach dem Diplom SHV ein zusätzliches Jahr Vollzeitschule oder durch nebenberufliche Vorbereitung.

Verlangen Sie unverbindlich detaillierte Unterlagen mit untenstehendem Coupon oder per Telefon

01/361 17 27

Institut Minerva Zürich, Scheuchzerstrasse 2, 8006 Zürich oder
Fax 01/361 69 38

Senden Sie mir bitte unverbindlich Ihr Unterrichtsprogramm.

Name/Vorname:

Strasse:

PLZ/Ort:

053/091

FRANZÖSISCH IN SW-FRANKREICH

- SPRACHURLAUB für Anfänger und Fortgeschrittene
- 3–12 Wo. INTENSIVKURSE zu interessanten ALL-INKLUSIV-PAUSCHALEN
- SPEZIAL TOURISTIK und HOTELLERIE Kursangebot

CCIEL • F79370 Celles •
Tel. 0033/(0)5-49 27 92 75 •
Fr. Gattringer oder Mr. Simonnet

82205/362204

Dipl. Barmixer

durch Fachfernschulung
Institut Vit-All
Postfach 40
CH-3929 Täsch/Zermatt

89011/386660

BAR

FACH
SCHULE
THÖRIG

Infoline

Fon 01-310 21 50 - Fax 01-310 21 51

Italienisch in Italien

Spezialkurse für Hotellerie und
Gastgewerbe in Florenz / Siena / Rom
Unterlagen/Beratung A.+R. Frischknecht
Isenacher 13, 8712 Stäfa, Tel. 01 926 39 58

**HOTELSCHULE
LÖTSCHER**

Schönbühlring 6, 6005 Luzern
Telefon/Fax 041-360 07 09

Unser nächster Intensivkurs:

Réceptionskurs

4. November - 29. November 1996

Gerne senden wir Ihnen dazu
die nähere Unterlagen.

Bar-Fachschule Kaltenbach

Inhaberin: Michèle Galmarini

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

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

Kostenlose Stelleninformation.
Weinbergstrasse 37, 8006 Zürich

Tel. 01/261 00 66 (Mo-Fr 08.00–18.00 Uhr)

Name: _____

Vorname: _____

Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Das Hotelfachschul-Diplom machen. Und die Welt steht Ihnen offen.

Wollen auch Sie im Gastgewerbe Karriere machen?
Dann verlangen Sie mit dem Coupon gratis und
unverbindlich detaillierte Informationen, wie Sie das
Hotelfachschul-Diplom bequem zu Hause erreichen
können. Berufsbegleitend in der Freizeit. Durch
hochentwickelten Fernunterricht. Kombiniert mit eini-
gen Unterrichtstagen.

Institut Mössinger AG

Die Fernschule mit Erfahrung
Räffelstrasse 11, 8045 Zürich
Tel. 01 463 53 91, Fax 01 463 53 15

Bitte informieren Sie mich über Ihren
Hotelfachschul-Fernlehrgang.

Name:

Vorname:

Strasse:

PLZ / Ort:

Geb.-Datum:

710

Markt Osteuropa

Die Schweiz als Prestigedestination

Die neuen Reisemärkte im Osten Europas verfügen über ein noch unausgeschöpftes Potential. Für Besserverdiener ist die Reise in die Schweiz eine Prestigesache, dafür nehmen sie auch das relativ hohe Preisniveau in Kauf.

EVA NYDEGGER

Für viele Reisende aus Osteuropa ist die Schweiz ein relativ unbekanntes Land. Es gilt als Prestigedestination, die sich lange nicht jeder leisten kann. Die Besucher empfinden die intakte Natur und ganz speziell die imposante Bergwelt als paradiesisch. Zudem beeindruckt die Gäste die Sauberkeit und die politische Stabilität. Erfreulicherweise wird die Schweiz auch als ein Land mit traditioneller Gastfreundschaft gesehen. All diese Faktoren bieten einen fruchtbaren Boden für PR-Aktivitäten.

Geringe Ausgaben

Die Ungarn sind 1995 etwas weniger häufig ins Ausland verreist als noch im Jahr zuvor. In die Schweiz wurden rund 60 000 Reisen unternommen, auf denen rund 300 000mal in unserem Land übernachtet wurde. Das bedeutet einen Marktanteil von etwa 2 Prozent am ungarischen Auslandsreisemarkt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer war mit 4,4 Nächten rund zwei Nächte kürzer als auf dem Gesamtmarkt.

Die Polen hingegen sind 1995 verglichen mit dem Vorjahr um gut 2 Prozent häufiger ins Ausland gereist. Auf den rund 80 000 Reisen in die Schweiz wurde hier 600 000mal übernachtet, womit die Schweiz einen Anteil von rund 1 Prozent an allen Auslandsreisen erreicht. 7,8 Nächte betrug die durchschnittliche Aufenthaltsdauer, das sind etwa vier Nächte weniger als im Gesamtdurchschnitt.

Für seine Auslandsreise gab ein Ungar 1995 265 Franken aus, ein Pole 605 Franken. Damit liegen die Reiseausgaben sowohl der Ungarn als auch der Polen deutlich unter dem europäischen Durchschnitt. Da neun von zehn Übernachtungen der Ungarn in der Schweiz auf die Parahotellerie oder auf private Unterkünfte entfallen, wird vorstellbar, dass die sie mit 95 Franken pro Schweiz-Reise auskommen. Die Polen übernachten



Die «Neureichen» aus den GUS-Staaten legen Wert auf Prestige. Deshalb bereisen sie mit Vorliebe die bekanntesten Destinationen wie Zermatt, St. Moritz oder Davos.

Foto: htr

Prestige ist wichtig

Eine starke Polarisierung der Gesellschaft in reich und arm herrscht in allen osteuropäischen Ländern. Im Gegensatz zu den westlichen Industriestaaten ist der Mittelstand meist nicht jene Schicht, die sich Auslandsreisen leisten kann. Was nun die Touristen aus den GUS-Staaten betrifft, handelt es sich um einen grossen Teil um sogenannte Neureiche, die im Zuge der Wirtschaftsreformen zu Vermögern gekommen sind. Mit 7,4 Milliarden ECU oder 86 Prozent des Gesamtbeitrags, der in den GUS-Staaten für Auslandsreisen ausgegeben wurde, waren die Russen 1995 die deutenmässig interessantesten Touristen. Fast jede dritte Geschäftsreise und 17 Prozent der Urlaubreisen fiel in die Kategorie der «very high spenders».

Für wohlhabende Russen sind berühmte Orte wie Davos, St. Moritz, Flims und Zermatt wichtig, damit sie später in

ihrem Milieu über diese Reise erzählen können. Natürlich kaufen diese Neureichen gerne und grosszügig in Luxusgeschäften ein. Seit einigen Jahren sind in der Schweiz auch Eltern von Kindern anzutreffen, die hier in Privatschulen studieren.

Wenn es zwischen Stadt und Land zu wählen gilt, entscheidet sich der russische Tourist meist für die Stadt, denn er sucht Zerstreuung: Tennisplätze, Diskotheken, Gaststätten, Casinos und ähnliches. Neben den reinen Ferienaufenthalten sind Programme zur Weiterbildung, insbesondere im Banken- und Versicherungsbereich, gefragt. Dieser Seminar-tourismus hat gerade in der Schweiz noch unausgeschöpfte Potentiale.

Populäre Pauschalreisen

Sehr beliebt sind bei den Osteuropäern Busreisen. Für Ungarn, Polen und das an seiner Grenze liegende Weissrussland ist Westeuropa per Bus distanzmässig noch bequem zu erreichen. Besonders gefragt sind Rundreisen durch drei bis vier Länder. Für Russland und die Ukraine sind Angebote, die Flug, Bus und Bahn kombinieren, geeignet. In der Schweiz gewinnen Winterferien an Popularität. Die obersten Einkommensschichten sind für Angebote mit speziellem Luxus ansprechbar. Gefragt sind beispielsweise Kombinationen von zwei oder mehr Wintersport-Destinationen sowie die Möglichkeit, jeden Tag an einem anderen Ort Ski zu fahren. Doch auch Pauschalreisen im mittleren Preissegment haben Aussicht auf Erfolg.

Pauschalreisen erfreuen sich in ganz Osteuropa einer beständigen und dominierenden Nachfrage. Da in den langen Jahren des «eisernen Vorhangs» Gruppen-

reisen die einzige zugelassene Form von Tourismus war, wird sie auch heute noch von der grossen Mehrheit bevorzugt. Für die Bearbeitung der osteuropäischen Märkte ist es von Vorteil, wenn die Verhandlungen in der Muttersprache der Geschäftspartner geführt werden. In Weissrussland und der Ukraine ist Russisch ebenfalls akzeptiert. Allmählich etabliert sich Englisch als Geschäftssprache. Dokumentation zuhanden der Reisebüros können in Englisch erstellt sein; Informationsmaterial für die Kunden muss in der entsprechenden Landessprache abgefasst sein.

Der für die Schweiz ergiebigste osteuropäische Markt, die Tschechische Republik, wurde in dieser hier endenden Serie über Auslandsmärkte bereits in der htr Nr. 20 vom 18. Mai 1995 behandelt.

Zu den Zahlen

In diesem Artikel werden hauptsächlich Zahlen aus dem «Länderbericht Europa» von Schweiz Tourismus verwendet, der auf Erhebungen des European Travel Monitor (ETM) basiert. Seit 1990, erhebt der ETM auch Daten über das Reiseverhalten der Osteuropäer. In den noch weitgehend unbekannten Märkten der ehemaligen Sowjetunion wurden 1995 zum ersten Mal Befragungen durchgeführt, separate Schweiz-Daten sind jedoch nicht verfügbar. Der Bericht ist auf deutsch und französisch erhältlich bei Schweiz Tourismus, Abteilung Marktforschung, 8027 Zürich, Telefon 01 288 11 11 (Monika Knöpfel).

EN

SWISSORAMA

Buchungskatalog Deutschland wird nicht weitergeführt. Der von Schweiz Tourismus (ST) initiierte Buchungskatalog für Deutschland (siehe htr Nr. 42 vom 24. Oktober) wird 1997 definitiv nicht mehr weitergeführt. Mit rund 80 Angeboten wurde auch 1996 keine genügend breite Angebotspalette erreicht. Laut Peter Michel, Leiter der ST-Landesvertretung in Frankfurt, waren die Buchungszahlen für eine Weiterführung ungenügend, obwohl ST das Produkt mit Eigenmitteln stark beworben hatte (Inserate in deutschen Tageszeitungen, Beilagen in der «Süddeutschen Zeitung» und in der Frauenzeitschrift «Madame»). Von Januar bis August 1996 buchten 304 Personen 1278 Logiernächte, was rund 150 Buchungen entspricht. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei 4,2 Nächten. In Zukunft will sich ST stärker auf die eigenen thematischen Angebotskataloge und aktuelle Veranstalterprodukte wie beispielsweise «Bahnsinnige Schweiz» von Ameropa konzentrieren. SR

*

Freestyle und Ökologie – Umweltseminar in Meiringen Hasliberg. Das OK der Ski-WM 1999 in Meiringen Hasliberg hat sich zu mehrjährigen ökologischen Begleitmassnahmen verpflichtet. Erste Projekte werden nun umgesetzt. In Form einer dreiteiligen Seminarreihe möchte man direkt und indirekt mit dem Tourismus verbundene Personen Grundlagen und allgemeines Wissen über die Zusammenhänge in der Natur vermitteln. Als Seminarleiter konnte der Ökologie-Berater und Diplom-Biologe Roland Luder verpflichtet werden. Der erste Seminarteil findet am 1. November zum Thema «Tiere, Pflanzen und ihre Lebensräume» statt. Im März 1997 werden dann intensiv die Veränderungen von Natur und Landschaft durch den Menschen behandelt. SM

*

Sind Generalabonnements in den Postautos bald nicht mehr gültig? Vielleicht bereits im nächsten Jahr werden 20 touristische Postauto-Strecken nicht mehr in den Bereich des Generalabonnements und der Tageskarten zum Halbtax-Abo fallen. Seit 1. Januar 1996 sind die Postautos dem neuen Eisenbahngesetz unterstellt. Damit müssen Bund und Kantone die ungedeckten Kosten der Postautolinien, die dem regionalen öffentlichen Verkehr dienen, tragen. Die Post selber kann und darf aber keine Defizite mehr über Quersubventionen aus der Telecom decken. Nicht subventionsspflichtig sind viele touristische Strecken, insbesondere die Fahrten über die Alpenpässe. Eine der Massnahmen zum Abbau der Defizite wäre der Ausschluss dieser Strecken aus den Generalabonnements und den Halbtax-Tageskarten. Wenn kein neues Finanzierungsmodell gefunden wird, müsste sich der Postautodienst aus diesen Strecken zurückziehen. Im November sollen Entscheidungen fallen. Im vergangenen Jahr musste die Post ein Defizit von 200 Millionen Franken aus dem Postautodienst tragen, allerdings ist nicht ausgewiesen, wieviel davon aus den touristischen Linien stammt. SR

Das Reisevolumen der GUS-Staaten

Das Auslandsreisevolumen der Bevölkerung der GUS-Staaten betrug 1995 32,8 Millionen Reisen. Der russische Markt hat daran einen Anteil von 50 Prozent. Überraschend gross (7 Mio. Reisen) ist der Anteil aus Weissrussland, das eine Auslandsreisequote von rund 90 Prozent aufweist. 71 Prozent aller Auslandsreisen der GUS-Länder entfallen auf Ost-Europa, weitere 16 Prozent auf die Mittelmeerregion und nur 6 Prozent auf Westeuropa. Durch-

schnittlich dauerte eine Reise zehn Tage und kostete 473 ECU (Fr. 710.-). Gesamthaft wurden auf den Auslandsreisen 8,6 Mrd. ECU ausgegeben. Der grösste Anteil entfällt auf Geschäftsreisen (41%), gefolgt von Urlaubsreisen (31%) sowie Verwandten- und Bekanntenbesuchen (14%). Rund drei Viertel der Auslandsreisen wurden im Sommerhalbjahr durchgeführt, schwach sind die Monate Oktober bis Dezember. EN

Städtetourismus

Stark durch gemeinsame Promotion

Die Schweizer Städte haben im Sommer gegenüber klassischen Ferienorten besser abgeschnitten – unter anderem auch dank ihren Vereinigungen. Trotzdem vermischen sie eine gezielte Promotion durch Schweiz Tourismus.

Während die klassischen Ferienregionen wie Graubünden und Berner Oberland grosse Rückgänge einstecken mussten, sind die Städte, mit Ausnahme von Genf und Lausanne, mit einem blauen Gefüge davon gekommen. Zürich, Luzern und Basel konnten ihre Zahlen gegenüber dem Vorjahr oder verbessern. Einen wichtigen Beitrag in der Promotion der Städte leisten die Vereinigungen «Städte nach Schweizer Art (SSA)» und «Schweizer Sechse». So sagt zum Beispiel Marc Hubacher, Tourismusdirektor von Thun und Präsident der SSA: «Wohl solidarisieren wir uns mit Berner Ober-

land Tourismus und nutzen gelegentlich dessen Plattform. Doch sinnvoller und effizienter ist die Zusammenarbeit mit gleichgelagerten Städten.» Ähnliche Vorteile einer Städte-Vereinigung sieht auch Walter Rösli, noch-Tourismusdirektor in Bern und Mitglied der «Schweizer Sechse»: «Wir müssen gemeinsam konkrete Städte-Angebote bündeln und gezielt auf dem Markt auftreten.» Obwohl die Städte mit ihren Vereinigungen gute Erfolge verbuchen können, wollen sie auch von Schweiz Tourismus beworben werden. Dies sei bis anhin vernachlässigt worden. «Wir haben unsere Forderungen gestellt und erwarten konkretes Handeln», erklärt Rösli. Laut Rainer Müller, Sprecher von Schweiz Tourismus, besteht noch kein konkretes Konzept für die Städte-Vermarktung, doch will man in den nächsten drei Jahren gezielter vorgehen. «Wir versuchen, ein ideales Produkt zu gestalten und auf den entsprechenden Märkten zu lancieren», so Müller. SM

Städte nach Schweizer Art mit neuen Partnern

An der heutigen Generalversammlung sollen mit Appenzel und Bellinzona zwei neue Mitglieder aufgenommen werden. Locarno und Winterthur treten aus der Vereinigung aus, so dass die Mitgliederzahl mit 11 Städten konstant bleibt. Fürs kommende Jahr sind einige Projekte in Planung: Eine grossangelegte Marktforschungsstudie der Firma Polyquest soll die Bedeutung des Tages- und Aufenthaltstourismus aufzeigen. Weiter wird an einen gemeinsamen neuen Werbeauftritt (Prospekt, Messestand etc.) gearbeitet. Nach der gelungenen Aktion 96 mit der grössten Rostipfanne der Welt in Dortmund sind in den nächsten Jahren Publikumsaktionen in Stuttgart, München und Brüssel geplant. SM

Städte im Freundlichkeits-Test

Lausanne kam am besten weg

Die grosse Schweizer Boulevardzeitung «Blick» schickte wieder ihre Reporter aus. Diesmal hatten sie neun Schweizer Städte auf ihre Freundlichkeit hin zu testen. Um es gleich vorwegzunehmen: Lausanne sahnte ab, mit 21 von 24 möglichen Punkten liegt es laut «Blick» auf dem ersten Rang, dicht gefolgt jedoch von St. Gallen (20 Punkte) und Bern, Chur und Luzern (je 19 Punkte). Schaffhausen bekam 18 Punkte, Lugano und Zürich 17, und mit nur 15 Punkten fällt Basel punkto Freundlichkeit im «Blick»-Test durch.

Zu bewerten hatten die Reporter in jeder Stadt ein Restaurant, einen Kiosk, die Verwaltung und die Post. Ausserdem sollten sie Tram und Bus fahren, Verkäufer und Passanten ansprechen und so die Freundlichkeit in der Stadt bewerten. Auch ein Kontakt zur Polizei sollte hergestellt werden, um die Uniformierten auf ihre Freundlichkeit hin zu testen. Das Resultat des Tests präsentierte «Blick» kürzlich auf einer Doppelseite. MAY

REKLAME



Madame Claudia Lo Gatto, de l'hôtel Panorama, Villars-sur-Ollon, bénéficiaire du programme

FIDELIO Front Office

en collaboration avec les spécialistes de l'hôtellerie
 CHECK-IN DATA SA
 Informatique pour l'hôtellerie
 Téléphone 021 / 966 15 55

Umfrage bei Busunternehmern

Busreisender: Im Ausland Kaiser, im Inland König

Zählten vor einigen Jahren Busreisende in den Schweizer Hotels nicht zu den beliebtesten Gästen, hat sich das angesichts der Touristikkrise in der letzten Zeit geändert – sollte man meinen. Dem ist nicht überall so. Im Ausland, so sind sich fast alle von der htr befragten Busunternehmer einig, werden Gruppenreisende besser – und günstiger – umsorgt.

CHRISTINE KÜNZLER

«Im Ausland wird der Carreissende wie ein Kaiser, im Inland wie ein König behandelt», bringt Daniel Gast von Gast Reisen, Utzenstorf, die Situation auf den Punkt. Eine Umfrage der *hotel + tourismus revue* bei zehn Carunternehmern zeigt: die Erfahrungen mit schweizerischen und ausländischen Hoteliers sind unterschiedlich. Für keinen der befragten Geschäftsführer hat sich die Touristikkrise so ausgewirkt, dass der Hotelier als Bittsteller auftritt und um Gruppenreisende buhlt. Für einige Carhalter hat sich nichts geändert, weil sie von jeher gut mit den Schweizer Hoteliers zusammengearbeitet haben. Einige sind sich alle, dass der Schweizer Hotelier tendenziell flexibler geworden und eher bereit sei, über den Preis zu diskutieren. Grundsätzlich flattern den Busunternehmern mehr Hotelangebote auf den Tisch; auch von solchen Häusern, die früher nie Gruppenreisen beherbergten hätten. Zum Teil seien unrealistische Offerten dabei, sagt Primus Camenzind von Dillier AG, Sarnen. «Entweder ist der Preis unhältnismässig hoch, oder aber so tief, dass die Leistungen entsprechend schlecht sein müssen», hält er fest. So hätten beispielsweise einige Luganeser Hoteliers mit 3-Stern-Häusern Zimmer



Busunternehmer fahren ihre Gäste immer noch lieber ins Ausland, weil die Hoteliers dort flexibler seien. Foto: ex-press

Frühstück für 42 Franken, oder Halbpension für 55 Franken angeboten. «Da liegen gar keine Dienstleistungen mehr drin», vermutet er.

Wenig Kompromissbereit

Während kaum jemand über ausländische Hoteliers klagt, haben einige Busunternehmer schlechte Erfahrungen mit Schweizer Hoteliers gemacht. Nach wie vor würden Carreisende in unserem Land wie Gäste zweiter Klasse behandelt, sagt Anton Häfliger aus Sursee. Wenig Kompromissbereit und dienstfertig, aber teuer sind weitere Vorwürfe, die die schweizerische Hotellerie von den Busunternehmern einstecken muss. «Immer noch sind lange Optionszeiten und die üblichen Anzahlungen an den Hotelier ein Thema», sagt Ruth Knecht von Eurobus Knecht AG in Windisch. «Der Hotel-

Misstöne im Vorfeld des Bustags

Dass am diesjährigen Tag des Busses in Montreux Schweiz Tourismus acht touristische Regionen präsentiert, stösst der Österreich Werbung sauer auf. Elisabeth Zaubner beschwert sich in einem Brief an die Association des Officiers Nationaux de Tourisme, Aontes, über die unfaire Behandlung der Workshop-Teilnehmer. Sie befürchtet, dass die Busunternehmer durch diese Infostände «von ihren Tischen weggelockt» werden. Zaubner ist der Ansicht, «die Aontes sollte dagegen massiv protestieren». Deren Präsident, Manfred Leber, unterstützt in einem Schreiben an den TTW die Rüge von Österreich Werbung. Zaubner weist mit «Recht dar-

auf hin, dass es offensichtlich eine Wettbewerbsverzerrung gibt, über die gesprochen werden muss.» Er finde es nicht in Ordnung, dass sich Regionen am TTW beteiligen können, die als Trittbrettfahrer mitgenommen werden. Viktor Ackermann, der den Busworkshop organisiert, lässt sich indes nicht aus der Ruhe bringen. «Es wird nicht so heiss gegessen, wie gekocht», sagt er. «Die Österreicher und Deutschen müssen nicht angst haben, dass sie zu kurz kommen, denn an diesen Ständen werden ja keine Geschäfte abgewickelt.» Überdies hätten alle Länder einen Infostand platzieren können, wenn sie angefragt hätten, hält Ackermann fest. CK

lier sichert sich ab und delegiert das Risiko an uns».

Aus der Sicht einiger Unternehmer hat die Bereitschaft der Schweizer Hoteliers, Gruppen als willkommene Gäste zu behandeln, gar nachgelassen. Abmachungen würden umgangen: statt das vereinbarte Dreigangmenü bekommt der Gast nur zwei Gänge vorgesetzt. «Unsere Hoteliers wollen keine Schweizer Gäste in der Gruppe aufnehmen», glaubt Roland Huber, von Lüdi-Reisen GmbH in Uetendorf. Zwei Busunternehmer bringen das Personalproblem ins Spiel: Schweizer Carreisende möchten in der Schweiz von einheimischem Personal bedient werden und klagen, wenn die Servicetochter oder der Kellner kaum deutsch spricht.

Lieber ins Ausland

Mehrheitlich sagen die Busunternehmer, Schweizer Reisen liessen sich nur schwierig vermarkten. «Wir bekommen viele attraktive Angebote von ausländischen Hotels und Hotelketten», bestätigt Ruth Knecht. Dass die Carunternehmer Gäste lieber im benachbarten Ausland unterbringen, habe nicht nur mit dem tieferen Preis und dem besseren Service zu tun, sondern auch damit, dass es eben attraktiver sei, über die Grenzen zu fahren. Dass die Hotels bei unseren Nachbarn durchwegs bessere Noten einsacken können, liegt nach Ansicht von Roland Huber möglicherweise an der unterschiedlichen Preispolitik. «Die Schweizer Hoteliers wollen schon am Zimmer verdienen, indes die ausländischen den Umsatz mit der Konsumation machen», hält er fest. Ausländische Hoteliers böten Rahmenprogramme, die die Gäste im eigenen Haus behalten.

Umfrage bei: Born Reisen, Olten; Dillier AG, Sarnen; Eurobus Knecht, Windisch; Funi-Car Reisen AG, Biel; Gast Reisen, Utzenstorf; Geissberger Reisen, Zürich; Häfliger Anton AG, Sursee; Küttel Reisen, Seewen; Lüdi Reisen GmbH, Uetendorf; Tritten Reisen, Zweisimmen.

BÖRSENSPIEGEL OKTOBER

Weitere Kursverzerrungen bei den Bergbahn-Valoren

Noch vor etwa 5 bis 8 Jahren wurde ein reger Handel bei etwa 60 Bergbahn-Gesellschaften beobachtet. Heute sind es noch gut zwei Dutzend, wo ein regelmässiger Handel stattfindet. Ein Grossteil der Aktien der Bergbahn- und Skilift-Unternehmungen sind heute nur noch auf der Briefseite zu finden. Das heisst für den Besitzer, dass diese Werte derzeit unverkäuflich, nicht aber «Non-Valours» sind.

MEINRAD G. SCHNELLMANN *

Die Werte der Davos-Paradise-Bahnen haben den Kurssturz mit der Tiefstmarke von 320 Franken wieder verlassen und werden heute bei zirka 360 Franken gehandelt, wobei ein grösseres Volumen feststellbar war. Der Grund der Erholung dürfte bei der Annulation der Millioneninvestition zu suchen sein.

Kein Abgabedruck und keine Kurskorrektur erfolgten bei der Tochterunternehmung der Sportbahnen Pischga AG, die nach wie vor bei 525 Franken gesucht werden. Wird die Bilanz dieser Tochterunternehmung analysiert, so darf sicher gesagt werden, dass der Titel zu 500 Franken nominal bei weitem zu tief in den Kurslisten sitzt. Der Grund ist, dass nur wenige Prozente im Streubesitz liegen. Dem Eigenkapital von 5,5 Millionen Franken stehen nur zirka 700 000 Franken Fremdkapital gegenüber und der Cash-flow liegt bei zirka 25 Prozent des Ertrages. Der Eigenfinanzierungsgrad liegt bei knapp 89 Prozent. Hier drängt sich auch die Frage auf, warum eine solche Gesellschaft immer noch geringfügig über dem Nominal gehandelt wird. Ein Handlungsbedarf seitens der

Gesellschaft oder der Muttergesellschaft wäre angebracht.

Ohne Gegenreaktion auf den Kurssturz bleiben die Namenspapiere der Arosa Bergbahnen, die ein absolutes Tiefst von 210 Franken erreichten. Die Inhabertwerte wurden ebenfalls zum Tiefstkurs von 1000 Franken gehandelt. In Anbetracht der kommenden Fusion der Bergbahnen Crap Sogn Gion mit den Bergbahnen Flims werden täglich Abschlüsse beobachtet, wobei die Flimserpapiere bei 185 Franken gesucht werden und die Crap Sogn Gion-Werte bei 145 Franken.

Ebenfalls ein grösserer Handel ist bei den Sants Schwebbahnen zu beobachten, wobei die Kurse zur Zeit bei 1000 Franken Brief liegen.

Obwohl die Schilthornbahn zu den 12 besten Werten zu zählen sind, hat sich der Kurs in den letzten Monaten von weit über 800 Franken auf derzeit 750 Franken zurückgebildet. Gestützt auf die Bilanz und Ertragsrechnung dürfte das sogenannte Down-Side-Risiko für die nächste Zeit beschränkt sein. Ein antizyklisches Handeln dürfte sich für die nahe Zukunft ausahlen.

Die Erfahrung hat gezeigt, wenn gute Bahnunternehmen ihre Kurse fallen lassen, wird früher oder später ein neues Kursniveau gefunden, das dann nur noch von den Kauf-Interessierten beherrscht wird und keine Verkäufer animieren kann, so dass der Handel zum Erliegen kommt. Dies wurde bei den Pilatusbahnen festgestellt, als sich der Kurs von 750 auf 575 Franken zurückgebildet hat und so nur noch Käufer gefunden werden konnten, aber keine Verkäufer.

Analog dürfte es auch bald bei den Werten der Luftseilbahn Andermatt-Gemsstock sein, nachdem die Kurse im freien Fall von 300 bis auf 215 Franken zurückkamen.

Die Werte der Stäzerhornbahnen in Churwalden lagen seit Monaten bei 2000 Franken in der Offerte. In jüngster Vergangenheit wurde der Briefkurs bei 1500 Franken zurückgenommen, ohne dass ein Geldkurs zu registrieren ist.

Anlässlich der Generalversammlung vom kommenden 8. November werden die Namensaktien mit dem bisherigen Nennwert von 200 Franken gesplittet auf neu 20 Franken nominal. Es ist fraglich, ob es heute richtig ist, dass ein mittelschwerer Titel mit einem Kurswert von 1500 Franken gesplittet wird. In den meisten Fällen bedingt dies, dass etwa die Hälfte der gesplitteten Titel wieder am Markt auftauchen und so einen weiteren Kursrückgang auslösen. Bei einem Titel in der «Schwerve» zwischen 3000 bis 4000 Franken ist dies gerechtfertigt, wie dies beispielsweise bei den Celerina Bergbahnen erfolgte, die bei einem Kurs von über 4000 Franken gesplittet wurden.

Kein goldener Börsenherbst

Der Herbst an der Börse war von der Irritation vieler Anleger geprägt: Die Umsätze schrumpften, obwohl die sinkenden Zinsen den Aktienmarkt eher hätten stimulieren müssen.

WERNER LEIBACHER

Zwar haben zahlreiche Börsen – unter anderem auch die New Yorker und die Schweizer Börse – im Verlaufe des Oktobers neue, absolute Tops markiert. Dort sind die allermeisten Kurse aber etwas angestiegen. Trotzdem sind viele Anleger irritiert. Sie trauen der Zukunft nicht ganz und halten mit Anlagen zurück. Die Airlines hatten weltweit nicht den besten Markt. Dabei darf man von den

teilweise markant herabgesetzten Kursen, wie etwa im Falle Lufthansa, nicht täuschen lassen: Hier ist nämlich der Nennwert im Verhältnis 1:10 herabgesetzt worden. Aber auch in den USA hatten Airlines vermehrt Mühe, obwohl die Inneramerikanischen Flugtarife eher wieder anziehen.

Delta-Kooperation verunsichert

Einen tiefen Taucher sogar unter 1000 Franken mussten Swissair in Kauf nehmen. Hier wirkte sich als Enttäuschung aus, dass Partner Delta nun auch eine enge Zusammenarbeit mit Air France anstrebt und dass es Swissair in den Verhandlungen mit dem Bodenpersonal nicht gelungen ist, die angestrebte Kosteneinsparung von 60 Millionen Franken zu verwirklichen. Eine Ausnahme bei den Airlines bilden nur die Crossair-Titel: Die guten Zahlen haben speziell bei der Inhaberaktie Delta ausgelöst. Im übrigen Schweizer Aktiensektor ist mit der Parole «Treten an Ort» zu umschreiben. Verschiedene Äusserungen, dass der Mövenpick-Abschluss besser als erwartet ausfallen wird und dass Mövenpick im Hotelbereich Israel künftig vermehrt angehen wird, lösten kaum Käufe aus: Die personellen Unstimmigkeiten an der Spitze des Unternehmens machen viele Anleger vorsichtig. Zu einem kleineren Höhenflug ist einzig Kuoni gestartet: Der Titel hat sich auf Grund verschiedener Kauf-Empfehlungen zügig in Richtung 3000 Franken bewegt, wobei als Kursziel immer wieder 3300 Franken genannt werden.

Marriot ist gefragt

Immer noch recht gut gefragt sind die amerikanischen Hotelketten, allen voran Marriot. Die schwere Hilton-Aktie ist im Verhältnis 1:4 gesplittet worden und weist jetzt – mit rund 30 Dollar – auch eine optische attraktive Kurshöhe auf. In die Casino-Aktie Circus Circus Enterprises ist neue Bewegung gekommen, nachdem sie im Frühjahr von 42 Dollar auf 29 Dollar gestürzt war. Jetzt wird ITT als möglicher Partner für eine Übernahme genannt, wobei in diesem Falle der Wert je Circus-Aktie auf 45 bis 50 Dollar veranschlagt wird.

NICHTKOTIERTE TOURISMUSAKTIEN

per 23. 10. 1996	Geld	Brief	±/−	Vorm. Geld	Geld	Brief	±/−	Vorm. Geld
Bahnen								
Arosa Bergbahnen AG, N*	200	250	−50					
Bergl. Crap Sogn Gion AG, Laax, N*	145	155	−10					
Bergbahnen Disentis, I	1225	−	+25					
Bergbahnen Flims, N	185	195	+10					
Bergbahnen Gstaad-Saenenland, N	−	22	−					
Bergbahnen Unterwasser, I	550	600	−50					
BET Engelberg-Titlis, I*	900	950	−50					
Davos-Paradise AG, N*	330	360	−30					
Davos-Paradise AG, Portresina, N*	2350	−	−					
Furtschellas-Bahn AG, Sils i.E., I*	−	185	−					
Gondelb. Grindelwald-Männlichen, I*	1950	−	−					
Hoch-Ybrig AG, I*	8	10	−2					
Klosters-Madrada Bergbahnen AG	−	800	−					
LSB Andermatt-Gemsstock, N/I	175	225	−50					
LSB Celerina-Salver, I*	680	−	−					
LSB Fiesch-Eggishorn, I*	580	610	−30					
LSB Küssnacht-Schönbühl, N/I*	1400	1450	−50					
LSB Saas-Fee AG, N/I*	−	1075	−					
LSB Samnaun AG, I*	−	1725	−					
LSB Surlej-Silvaplana-Corv. AG, I*	−	950	−					
LSB Wangs-Pizol, I*	550	600	−50					
LSB Wengen-Männlichen, N	150	160	−10					
Metschbahnen AG, Lenk, I	−	260	−					
Nandro-Bergbahnen AG, Savognin, I	180	−	−					
Pilatusbahnen AG, Alpnach, Prior, I	600	650	−50					
Rigi Bahnen AG, Goldau, N	450	550	−100					
Sants-Schwebel. AG, Urnäsch, N	900	1000	−100					
Schilthornbahn AG, Mürren, N	740	750	−10					
Seilbahnen AG, Blatten, I	400	−	−					
SGV Vivaldastättersee AG, Prior, N	140	170	−30					
Sportbahnen Danis AG, N/I	1710	−	−					
Sportbahnen Pischga AG, N*	520	−	+20					
Standseilb. Zermatt-Sunegga AG, N/I	775	−	−					
Stätzerhorn AG, Churwalden, N	−	1600	−400					
Tödi-Seilerbahn AG, Marogg, I	−	525	−					
Torrenthorbahn AG, Leukerbad, I*	−	600	−50					
Zürichsee-Friesen-Horgen-Meilen, N	5300	5400	−100					
Zürichsee-Schiffahrtsgesellschaft, I	100	110	−10					
Übrige								
Bad Schinznach AG, Prior, N	500	−	+25					
Dolder Hotel & View AG, Zürich, N	8000	8500	−500					
Hotel Badrutz-Palace, St. Moritz, N	5300	−	−					
Hotel Celerina AG, Samedan, N/I	−	170	−					
Hotel Celerina, Cresta Pal., Celerina, I	450	−	−					
Hotel Schweizerhof AG, Bern, A-*, N	170	180	−10					
KHE Konferenzhotel Egerkingen AG, I	475	525	−50					
Kongress & Kursaal Bern AG, Bern, N	440	450	−10					
Kurhotel Lenkerhof AG, Lenk, N	5	−	−					
Kursaal Casino AG, Luzern, N	1200	−	+100					
Park Hotels Waldhaus AG, Flims, N	950	1000	−50					
Pro Inter- & Mittelgoms SA, Friesch, I	230	−	−					
Raststätte N2, I	3500	−	−					
Raststätte Werdenberg, Sevelen, I	1300	1500	−200					
Seiler Hotel Zermatt AG, Zermatt, N	450	550	−100					
Thermalbad Zurchach AG, I	720	770	−50					
Schlussstand 15. 10. 1996	116,90	Punkte						
Extremstände Vorperiode (15. 07. 1996)	121,24	Punkte						
Extremstände 1993/94 Tiefst/Höchst	112,96/127,90							
I = Inhaberaktien; N = Namensaktien; * Index-Titel								
Quelle: Luzerner Regiobank AG								

*Meinrad G. Schnellmann ist Mitglied der Geschäftsführung der Luzerner Regiobank AG in Luzern und Spezialist für den Handel mit nicht-kotierten Tourismusaktien.

Gefragt ist eine Pionierleistung

Wenn die Hoteliers wollen, dass die neue Hotelklassifikation zukunftsweisend wird, ist eine Pionierleistung gefragt. Momentan hat der Schweizer Hotelier-Verein zu diesem Thema mit einer grossen Auslegeordnung begonnen. Das ist völlig neu. So breit liess sich der SHV in Sachen Klassifikation noch nie ein. Letzte Woche fanden in Bern Hearings zur Hotelklassifikation 98 statt.

ALEXANDER P. KÜNZLE

Die Marktumwälzungen der letzten Jahre im Tourismus, die aus Amerika stammenden Bemühungen, Dienstleistungen auch qualitätsmässig zu standardisieren und zu kategorisieren sowie die wachsende Kritik am weitgehend einrichtungsbezogenen Sternen-System haben die Hotelklassifikation vor eine völlig neue Situation gestellt. Während die letzte Sterne-Reorganisation 1979 noch von «sieben Weisen» professionell vorgeordnet werden konnte, ist heute im Blick aufs dritte Jahrtausend auf völlig veränderte Marktverhältnisse Rücksicht zu nehmen. Zahlreiche Vertreter interessierter Kreise trafen sich deshalb letzte Woche zu einem Hearing im Hotel Bellevue in Bern.

«Die Hotelklassifikation ist wohl eine der wichtigsten nationalen Kooperationsformen für KMUs überhaupt», meint Christian Hodler, stv. Direktor des SHV, «damit können die Schwächen der nicht in Ketten oder Gruppen organisierten Hotels gegenüber den grossen Hotelgiganten ausgeglichen werden». (KMU = kleine und mittlere Unternehmen) Eine ähnlich glaubwürdige Klassifikation käme bei einer rein freiwilligen Marketingkooperation wohl kaum zustande. An den Hearings betonten die Exponenten des SHV, dass sein Ziel eine Pionierleistung

sei, mit völlig neuem Verfahren. Der SHV möchte das bestehende nationale Klassifikationssystem ergänzend aufbauen und einen Schritt weiterkommen.

Noch nichts entschieden

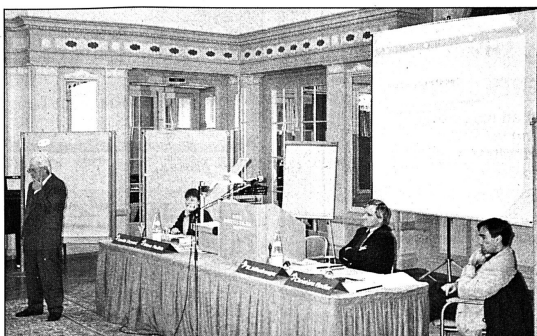
«So breit wurde noch nie nach neuen Klassifikationskriterien gesucht», kommentiert Hodler die gegenwärtig laufende Auslegeordnung. Es sei deshalb noch gar nichts entschieden, was Methode oder Verfahren betreffe. Das Ganze sei der Beginn eines mehrjährigen Projekts, das sorgfältig angegangen werden müsse und deshalb im heutigen Stadium sicher noch nichts präjudiziere. Auch die Voten der Hearing-Teilnehmer erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern spiegeln die Vielzahl der Ideen wider.

Qualitative Ausrichtung

Seit der letzten Klassifikationsrevision hat sich der qualitative Teil der Hotel-Dienstleistung, die sogenannte Software (Service, Ambiente etc.), stark in den Vordergrund geschoben, denn dieser Bereich hat an Nachfrage mächtig zugelegt. Die Hardware hingegen, die Ausstattung, wirkt heute auf dem Markt als grobes Orientierungsmittel oder «nur noch» als selbstverständliche Voraussetzung. Ein Hotelier, der sich nicht klassifizieren lassen will, kann sich dem durch Nicht-Beitritt entziehen. Ein nationaler Verband, wenn er glaubwürdig klassifizieren will, muss auch Betriebe ausschliessen dürfen, meint man beim SHV. Noch wurden keine Entscheide rund um die Klassifikationsstrukturen, die Pflichten und Optionen im Bereich der Zusatzklassifikation (Segmente) gefällt.

Milizsystem für Hardware

Die Argumente zum Milizsystem, inklusive Selbstdeklaration, seien immer noch hochzuhalten, wie der moderierende SHV-Vizedirektor Werner Friedrich in Bern meinte. Vor allem im Hardware-Bereich, wo man bauliche Mängel des Hotels ohnehin früher oder später erfahre,



Verfolgten die Hearings mit grossem Interesse. V.r.n.l.: Christian Hodler, stv. Direktor des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV), Werner Affentranger, Präsident der Kommission Hotelklassifikation, Werner Friedrich, Vizedirektor und Annette Siegwart, Abteilungsleiterin der Hotelklassifikation des SHV. Foto: Urs Manz

habe sich die Selbstdeklaration als effizientes, kostengünstiges Mittel bewährt. Doch im Qualitätsbereich, der Software des Hotels, werde sie als Kontrollverfahren problematisch. Vollzug- und Kontrollverfahrensarten in diesem Bereich werden derzeit diskutiert. Wichtig ist hier der Umstand, dass der Verband mit dem neuen System Anreize zur Qua-

litätsverbesserung schaffen möchte. Unabhängig von der Auswertung des durch den Schweizer Hotelier-Verein an den Hearings gesammelten Materials bis Ende dieses Jahres haben wir eine Auswahl der an den Hearings zur Sprache gekommenen Aspekte und Statements im untenstehenden Artikel zusammengefasst. Mitarbeit: Urs Manz

Moderne Struktur zeigt neue Wege

In vielen Teilen der Schweiz könne man gegenwärtig von einer Krise in der Hotellerie sprechen, meinte Werner Affentranger, der Präsident der Hotelklassifikationskommission des Hotelier-Vereins. Eine moderne Hotelklassifikation könne mithelfen, aus dieser Krise herauszufinden und neue Ziele zu erreichen. Deshalb, so Affentranger, seien die Erwartungen gross, und die Hearings dürften eine solide Basis geben,

um die künftigen Bedürfnisse der Gästeschaft zu erkennen. Das Marktangebot der Hotellerie sollte transparenter werden, die Destination Schweiz konkurrenzfähiger, und überhaupt könnte die neue Hotelklassifikation nicht unbedeutend dazu beitragen, wie sich die Hotellerie im Jahre 2000 zeige. Unter anderem werde auch die Ökologie in der Hotellerie Bestandteil dieser neuen Hotelklassifikation sein.

Hearings

Vielfältige Anregungen zur Hotelklassifikation

Die von den Teilnehmern an den Hearings zur Erneuerung der Hotelklassifikation geäußerten Vorschläge sind sehr vielfältig. Man war sich einig, dass das Rad nicht neu erfunden werden muss. Man war sich auch darüber einig, dass die Klassifikation primär dem Gast dienen muss und nicht dem Hotelier.

ALEXANDER P. KÜNZLE

Christian Hodler wies auf das Klassifikationsproblem der 1- und 2-Stern-Betriebe hin, die ohnehin durch die jetzige Bewertungsmentalität diskriminiert würden, dies mit oder ohne Qualitätskontrollen. Mit der Folge, dass in der Schweiz zu wenig marktgerechte Angebote im Low-Budget-Sektor existieren. Ruedi Jaisli von Eurotrek hielt diesem Schweizer Defizit an Low-Budget-Hotels die US-Lösung entgegen, wo mit «Hotel Six»-Formeln (in Europa Ibis-Hotels) bewussten Markenpolitik betrieben werde: Der Label als Alternative zur Klassifikation vermeide den negativen 1-Stern-Nimbus. Aus den Hearings ging hervor, dass die Hotelketten und -gruppen bereits starke Standards geschaffen haben. «Wenn ein Hotel ohnehin einmal jährlich von seiner Gruppe qualitätskontrolliert wird, muss es vom SHV nicht nochmals auf die gleichen Kriterien hin untersucht werden», fand Hodler. Auf die im Markt bewährten Normen der Hotelketten sollte man zurückgreifen können.

Das Element Preis

«Gerade im unteren Sternbereich fehlt aus der Sicht des Gastes aus dem Ausland viel Information über die Software, also über den «weichen Teil» des Hotels», meinte Stephan Heuberger von Schweiz Tourismus Berlin. Ausserdem habe der Kunde aufgrund der heutigen Klassifi-



Hearings in anregender Atmosphäre (v.l.n.r.): Ruedi Jaisli, Eurotrek; Stephan Heuberger, Schweiz Tourismus Berlin; Lindsay Novak, Swiss Travel Service und Urs Zurbruggen, Romantisch Hotels Schweiz. Foto: Stefan Senn

kation keine Übersicht, ob es sich bei einem Hotel um einen Kettenbetrieb, einen Familien- oder einen Direktionsbetrieb handelt. Und schliesslich meint er: «Der heutige Hotelführer verzerrt das allgemeine Beherbergungsbild der Schweiz nach oben, weil die sehr günstigen Zimmerangebote der 1- und 2-Stern-Betriebe oft gar nicht aufgeführt sind». Kommunikations- oder Infoprobleme sieht auch Brigitta Schaffner Schlosser, die Ombudsfrau des SHV, als Grund vieler Reklamationen, nicht die Klassifikation an sich: «Die Information über die Klassifikation muss besser werden», forderte sie deshalb. «Mankos in der sprachlichen Verständigung, grundsätzlichen Eignung des Hoteliers, Freundlichkeit und ähnliches lösen mehr Reklamation aus als Standards an sich». Dass die Sprache der Region vermehrt in die Qualität eines Hotels einzubeziehen ist, findet auch Tino Schmid, Hotelier aus Arosa. Auch mitarbeiterorientierte Elemente müssten

in die Klassifikation aufgenommen werden, forderte Karl Eugster, Zentralsekretär der Union Helvetica.

Bruno Gerber, Direktor des Kur- und Verkehrsvereins Davos, fand zwar den bestehenden Hotelführer tauglich, doch stört es ihn, dass das Element Preis in der Klassifikation überhaupt nicht berücksichtigt sei, obwohl dieser doch stark mit dem Markt zu tun habe. Auch Marielle Goy von Minotel Suisse griff das Problem der Preise auf: «Preise könnten sogar als neue Kategorie neben den Sternen eingeführt werden». Denn beim Preisgeschäft habe sich die Preisbildung völlig von der Anzahl Sterne entfernt und dem Markt angeglichen. Die heutige Preiskalkulation in der Gastronomie behindere ökologische Anstrengungen, erklärte Urs Bangerter, Direktor des Hotels Bethanien in Davos.

Auch die Segmente

Die Konkurrenz zur Klassifikation seien

Schweizer Hotelkooperationen und -ketten, erklärte Peter Keller, Chef des Dienstes für Tourismus beim Biga. Tatsächlich ist beispielsweise Roland Jaeger, Präsident von Best Western Schweiz in Sachen Klassifizierung und Qualität ein Profi. BW hat in den letzten Jahren sehr viel in die Qualitätssicherung und Transparenz investiert. Seine Gruppierung habe weltweit ähnliche Probleme wie der SHV auf nationaler Ebene, meinte er. BW baue auf Minimumstandards auf, die einmal jährlich kontrolliert werden. Jeder Betrieb erhält zu Beginn eine maximale Anzahl Punkte, wobei dann für Mängel Punkte abgezogen werden. Jaeger legte nahe, dass mit Klassifikation sowohl eine Qualifikation der Betriebe als auch eine Qualitätssicherung und ein Marketinginstrument geschaffen werden könne. Er schlug vor, zusätzlich zur Basisklassifizierung eine Segmentierung einzuführen: Golf-, Bike-, Gourmet- oder Kongresshotels sollten als solche aufgeführt werden. Jaeger fand, dass man grundsätzlich an den Sternen festhalten sollte, doch die Rekurse der Hoteliers durch eine unabhängige Instanz behandeln müsste. Diese Forderung kam auch in zahlreichen anderen Statements auf. Um sich solche Vorwürfen von Parteilichkeit nicht aussetzen, glaubte im Hearing auch Ruedi Jaisli von Eurotrek, sollte der SHV sich vor allem auf das quantitative, normierte Stern-System konzentrieren. Dafür wären den Hotels im Führer alle wichtigen Attribute zuzuordnen, befand Jaisli, wie Jaeger auch: Ketten-, Gruppenzugehörigkeit, Segment, Gault-Millau-Punkte, etc.

Sicht der Veranstalter

Lindsay Novak von Swiss Travel Service sah in ihrem Hearing-Beitrag die fünf Kategorien zwar gut definiert, doch vom effektiven Standard in den Hotels schlecht reflektiert: «Ein grosser Teil der Reklamationen unserer Kunden, was die Hotels betrifft, zielt auf das Dekor, die

Möblierung, das Ambiente, den Service oder das Essen». Die Hotelgäste möchten nicht nur Hotelleistungen, sondern Erlebnisse buchen können, erfährt Anne-Marie Meyer, Bereichsleiterin Angebotsentwicklung von Schweiz Tourismus an einem Treffen von amerikanischen Touroperatoren im Welschland (Siehe dazu auch Seite 19).

Die Klassifikation sei auch zu öffnen für Nicht-SHV-Mitglieder, befand Hansruedi Müller, Direktor des FIF in Bern. Hans Nanczer von der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit forderte mehr Transparenz über den baulichen Zustand der Hotels. Mitarbeit: AN, UM, VY

REKLAME

ASP
SWISS OFFICE

Back-Office-Lösung für das Gastgewerbe

unter DOS oder Windows 95
im
Ein- oder Mehrplatzbetrieb
mit
BEBU, DEBI, F & B, FIBU, KREDI, LOHN
(auch einzeln erhältlich)

ASP Informatik AG

Sonneggweg 10, 3066 Stettlen
Telefon 031 932 12 33
Fax 031 932 12 36



Schweizer Hotelier-Verein

Beratung SHV

ZENTRALSCHWEIZER STADT

Einmaliges Angebot an Investoren
zur Verwirklichung von u.a.:
Wellness-Gesundheits-Farm
Seniorenresidenz
Ausbildungszentrum

an bester Lage mit Seeanstoss
und grossem Gebäude und Landreserven

Im Auftrag verkaufen wir

HOTEL-RESTAURANT

Längs zum See gelegen, auf einer Parzellengrösse
von 23'433,5 m² befinden sich:

- 4-Stern-Hotelgebäude mit 44 Zimmern,
Restaurant mit Terrasse, 3 Sälen mit je 20 bis 30
Sitzplätzen, 2 Kegelbahnen, Sauna
- 3-Stern-Hotelgebäude mit 22 Zimmern
und einzigartigem Saal mit 250 Sitzplätzen
- 3-Stern Hotelgebäude mit 27 Zimmern
- 2 historische Gebäude, dreistöckig, mit Saalbau,
2 Wohnungen, 8 einfachen Gästezimmern
und Hofterrasse mit einmaligem Seeblick
- Vierstöckiges Wohnhaus geeignet zum Ausbau
von komfortablen Wohnungen und Studios
- Seegarten mit Bar, Ausbau zum Restaurant
möglich, mit Bootshaus
- Grosse Parkanlage mit 2 Technikgebäuden,
Gärten und genügend gut zugänglichen Parkplätzen
- Die Gebäude sind unterschiedlichen Baujahres
und teilweise renovationsbedürftig.
- Eine Aufteilung der Liegenschaft in verschiedene
Dienstleistungsbereiche wäre möglich.

Kaufinteressenten mit den entsprechenden
Eigenmitteln erteilen wir gerne auf schriftliche
Anfrage detaillierte Auskünfte und stellen eine
umfassende Verkaufsdokumentation zur Verfügung.

Frau L. Rentsch, Herr J. Zumkehr
Schweizer Hotelier-Verein
Beratung SHV
Monbijoustrasse 130
3001 Bern
Telefon 031 371 04 11
Fax 031 371 04 19

Zu verkaufen oder zu vermieten in
mittelbündner Markort an guter Lage

- Restaurant mit Garten
 - Barbetrieb für 40 Personen
 - Grosser Parkplatz
 - Möglichkeit für Aus-
und Anbau
- Restaurant mit 40 Plätzen
Gartenterrasse mit 120 Plätzen

Die Bar oder das Restaurant kann
auch einzeln gemietet werden.

Auskunft und Besichtigung:
Flitsch Trauhand, 7430 Thüsli
Telefon: 081 651 61 61

Zu vermieten/ Zu verkaufen

- Spezialitäten-Restaurant
mit italienischem Ambiente,
400 Parkplätze,
an bester Lage in Zürich
- 2 Restaurant-Pizzeria
mit sehr gutem Umsatz
- 2 Bars, Zürich-Oberland
- 1 Cabaret in Zürich
- 2 Liegenschaften mit
Restaurant, Eigenkapital
Fr. 500 000.-, ZH-Vorort
- Hotel am Bodensee/
Meeresburg BRD
- Hotel mit 90 Zimmer und Park-
anlage in Albano Terme/Italien

EURO GASTRO SERVICE
Telefon 01 241 80 24,
Fax 01 241 80 13

89005/386451

Liegenschaft 1100 m² mit Restaurant und 7 x kleine 1er Appartements

- Wo? Interessante Lage in St. Gallen
Hochfrequentierte Verkehrslage,
17 000 PW/Tag
2 Gehminuten Industrie/Gewerbe
Quartiersanschluss
- Was? Restaurant 60 Plätze/Garten 30 Plätze
20 Parkplätze
7 x 1er Appartements mit Kochnische
- Wie? VP Fr. 1,050 Mio. inklusive neues
Restaurant-Konzept und Gestaltung
oder VP Fr. 0,850 Mio. wie gesehen
EK-Bedarf Fr. 150 000.- bis 200 000.-
Fremdfinanzierung zu 75% gesichert
Ertragswert Fr. 1,250 Mio.

Interessenten an Chiffre 88996,
hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

88996/382999

Liebes Gastro-Duo!

Jetzt dürfen wir unsere Chance nicht verpassen!

Sie suchen einen wunderschönen, gepflegten, heimeligen, neu renovierten Landgasthof,
überregional bestens bekannt, mit guter Kundschaft, einzig im Dorf, in dem es sich
leben und arbeiten lässt, und dies alles zu einem fairen Preis?

Wir haben unsere Liegenschaft 1995 total saniert. Das Restaurant (30 Plätze) sowie der
Speisesaal (70 Plätze) sind in schönem hellbraunen Holz gehalten. Somit verfügen Sie
über eine einmalige Ambiance und Charme. Plattenböden garantieren die einfache
Pflege. Das Restaurant verfügt über einen gemütlichen Kachelofen, in dem Sie auch
Holzbraten backen können.

Die funktionelle Küche haben wir 1995 total neu eingerichtet. Sie bietet perfekte Arbeits-
plätze und mit der räumlich aufgeteilten kalten Küche viel Arbeitsraum. Ebenendrig befindet
sich ein grosser Kühlraum mit Gefrierraum sowie ein übersichtliches Economat.

Die Terrasse mit 60 Plätzen, ein gewölbter Weinkeller, der grosse Parkplatz, die neuen,
pflegeleichten Toiletten mit W-WC, Garage, auf Wunsch Gemüsegarten und nicht
zuletzt, die behagliche 5-Zimmer-Wirtswohnung mit Kamin und kleiner Küche
runden unser Angebot ab.

Weshalb suchen wir Sie? Unser Pächterreparatur, welches den Betrieb im November
1995 übernommen hat und auch mit viel Erfolg starten konnte, muss aus gesundheit-
lichen Gründen den Betrieb leider wieder aufgeben.

Auf Ihren Anruf freue ich mich sehr. Gerne ziehe ich Ihnen Ihr vielleicht neues Zuhause.

K. Halter, Wagnersmatt 210, 5225 Oberbürg
Telefon 056 442 15 78 oder 056 441 24 24

88738/38698

Per 1. März 1997 oder nach Übereinkunft vermieten wir
(eventuell mit Kaufoption) im Auftrag das traditionsreiche
und weitherum bekannte

Hotel Schwert in Näfels/GL

Es handelt sich dabei um einen typischen Landgasthof
mit gepflegtem Speiserestaurant. Der integrierte schöne
Gesellschaftssaal ist in seiner Art und Grösse der einzige
im Ort. Das Hotel verfügt über rund 15 Gästebetten.

Für erfahrene Gastgeber, vornehmlich Küchenchef/
Gästebetreuerin, welche Freude am «Anpacken» haben,
bietet dieser Betrieb eine gute Existenz.

Notwendige Renovationen sind vorgesehen.

Interessenten senden Ihre Bewerbung mit Lebenslauf,
Zeugnis und Fotos an:

Gastroconsult AG
Unternehmensberatung
Kurt O. Winkler
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich

GASTROCONSULT

Unternehmensberatung für Hotellerie und Restauration

88825/240117

In Beatenberg, der Sonnenterrasse des Berner Oberlandes, zu verpachten renommiertes **Hotel

Wir bieten:

- Neues Hotel mit 17 komf. Zim-
mern, alle mit Aussicht auf das
Alpenpanorama
- Einheimische und internationale
Stammkundschaft im Sommer
und Winter
- Attraktives Restaurant mit
bekannter, guter Küche
Rest./Säli: Total 95 Plätze
Terrasse: 70 bis 80 Plätze

Wir erwarten:

- Fachkundige und einsatzfreudige
Geschäftsleitung mit Schwer-
punkt:
- Kompetente Leitung der
Küche, attraktive Angebots-
gestaltung
- Freundliche Gästebetreuung,
Überwachung des Restaurants
und Führung der Administration

Gerne erwarten wir Ihre
schriftliche Bewerbung

Familie Fritz Oehrli
Hotel Restaurant Gloria
3803 Beatenberg
Tel. 036 41 11 29

Hotel-Restaurant

Gloria

Nähe Erfurt/Thüringen

Komfort-Hotel im Stil der Gründerzeit

1. Haus am Platz in 35 000 Einwohner-Stadt, Gründerzeit-
Schmuckfassade und -Treppenhaus, 41 Komfort-Gästezimmer,
je 25 bis 38 m², Restaurant (70 SP); Konferenzräume; exklusiv
ausgestatteter Bankettsaal (120 SP); grosse Terrasse
(80 SP); eigener, grosser Parkplatz; Grundstück 2900 m².
Ausbau möglich; Verkaufspreis: DM 4,9 Mio.; keine
Vermittlungsprovision. Keine Makler! Schriftliche Anfragen
erbeten an:

HGB GbR, Kaiserstrasse 81, D-60329 Frankfurt/Main;
Telefon: 0049-69 25 90 80; Fax: 0049-69 23 66 59

89035/386669



Schweizer Hotelier-Verein

Beratung SHV

Freundliche Gastronomen!

Wir suchen für das 3-Stern-Hotel
und Restaurant Sonne in Altstätten
per 1. März 1997 oder nach Vereinbarung
das neue

Mieterpaar.

Der Hotelbetrieb
- 3-Stern-Standard/Landgasthof -
wurde 1993 vollständig renoviert
und verfügt über:

- 18 Hotelzimmer mit 31 Betten
- 60 Sitzplätze im Restaurant
- 30 Sitzplätze im à la carte Restaurant
- 60 Sitzplätze im Seminarraum/Säli
- 30 Sitzplätze auf der Terrasse
- 3 1/2-Zimmer-Wirtswohnung

Im gleichen Gebäude befindet sich
der Gemeindesaal mit ca. 350 Sitzplätzen.

Der schöne Hotelbetrieb bietet einem
unternehmerischen Mieterpaar eine sichere
Existenzgrundlage und eine berufliche
Herausforderung.

Freundliche Gastronomen sollten unbedingt
mehr über diesen Betrieb, der zu fairen
Bedingungen vermietet wird, erfahren.

Gerne erteilen wir Ihnen weitere Auskünfte
oder erwarten Ihre Bewerbung.

Urs Bachmann
Schweizer Hotelier-Verein
Postfach 143
3000 Bern 6
Telefon 031 351 51 10

89035/84735



Zu verkaufen

im wunderschönen
Ski- und Wanderparadies Lenk
gemütliches und heimeliges

HOTEL-RESTAURANT-PIZZERIA

- 125 Restaurant- und Pizzeria-Sitzplätze, innen
 - 80 Restaurant-Terrassen-Sitzplätze, aussen
 - 20 Hotelbetten
 - Personalzimmer
 - Im Hotel integrierte 4 1/2-Zimmer Hotelierwohnung
 - Modern eingerichtete Restaurations-Küche
 - Separate, individuell eingerichtete Pizza-Produktion
für externen Verkauf
 - Sämtliche notwendigen Infrastrukturen und Nebenräume sind
sehr grosszügig vorhanden
 - 50 Parkplätze
 - Das zusätzlich projektierte und bewilligte Bauprojekt des
Hotel-Appartement-Hauses mit Autoeinstellhalle und 13 Wohnungen
bietet eine erfolgversprechende Erweiterungsmöglichkeit
- Die gesamte Liegenschaft ist vollständig renoviert und befindet sich
in einem sehr guten Zustand.

INTERESSANTES ANGEBOT!

Auskunft und Beratung

grünaplan

Immobilien Treuhand AG

Chalet Abendrot, 3818 Grindelwald
Telefon 036 53 17 92 - Fax 036 53 32 31

0 8951/283125

Hotelaufenthalte im September

Logiernächte im September

HERKUNFT	SEPTEMBER 1996			JANUAR BIS SEPTEMBER 1996		
	Logiernächte in 1000	Veränderungen in % Vorjahr	Mittel 86-95	Logiernächte in 1000	Veränderungen in % Vorjahr	Mittel 86-95
Insgesamt	2886	- 5,1	-18,1	24495	- 5,3	-13,2
Inland	1220	- 3,8	-19,0	10050	- 3,1	-12,2
Ausland Total	1667	- 6,0	-17,5	14445	- 6,7	-13,8
Deutschland	597	-10,4	-17,3	5078	-10,3	- 9,7
USA	199	- 6,9	-22,2	1354	- 5,3	-19,3
Grossbritannien	122	- 6,3	-22,1	1005	-13,0	-22,4
Frankreich	74	- 5,0	-25,3	959	- 9,5	-26,0
Niederlande	64	- 2,4	-19,3	668	- 5,4	-10,5
Italien	58	+ 1,1	-35,2	594	- 1,5	-35,1
Belgien	51	-16,1	-17,1	781	+ 5,4	- 2,9
Übriges Ausland	513	+ 0,0	-10,0	4006	- 1,1	- 9,1

5,1 Prozent weniger als im Vorjahr

Nachdem im September 1990 bei den Hotelaufenthalten ein Rekordergebnis verzeichnet werden konnte, setzte 1991 eine negative Entwicklung der September-Hotelaufenthalte ein. Gemäss Bundesamt für Statistik (BFS) registrierten die Schweizer Hotelbetriebe im September 1996 2,9 Mio. Logiernächte (LN), 155 000 oder 5,1% weniger als in der entsprechenden Vorjahresperiode. Der Abschluss fiel somit wie bereits in den übrigen Monaten des Jahres 1996 negativ aus. Rund sieben Zehntel des LN-Minus wurde durch das teilweise Ausbleiben der ausländischen Gäste verursacht. Relativierend muss gesagt werden, dass die LN allein keine allgemeine Aussagekraft haben: Ankünfte und Preise wären weitere Indikatoren.

Nach einem Rekordergebnis im September 1991 setzte 1992 eine negative Entwicklung der September-Binnennachfrage ein, die in der Berichtsperiode ihren Fortgang nahm. Die inländische Übernachtungszahl verminderte sich im September 1996 um 3,8% oder um 48 000 auf 1,22 Mio. Aufenthalte, wobei rund ein Viertel des Rückgangs durch Minderbuchungen von Militärpersonen verursacht wurde. Im weiteren dürfte die

allgemein unsichere wirtschaftliche Lage verbunden mit stagnierenden Haushaltseinkommen zunehmend dazu führen, dass sich ein Trend zu kürzeren Aufenthalten abzeichnet. Die ausländische LN-Anzahl wurde hauptsächlich durch die negative Entwicklung der Nachfrage aus Deutschland bestimmt. So verminderten sich die Übernachtungen der Deutschen um 69 000 Einheiten oder um 10%. Aus den USA (-15 000/-6,9%), Belgien (-9800/-16%) und aus dem Vereinigten Königreich (-8200/-6,3%) verlief der Reiseverkehr ebenfalls negativ, während bei den Gästen aus Italien die Buchungen dem Vorjahresstand entsprachen. Per Saldo verminderte sich die LN-Zahl ausländischer Besucher um sechs Prozent (-107 000) auf 1,68 Millionen.

Vom Januar bis September 1996 registrierten die Schweizer Hotelbetriebe gemäss BFS 24,50 Mio. Übernachtungen, 1,37 Mio. oder 5,3% weniger als in der Parallelperiode 1995. Dabei schwächte sich die inländische Nachfrage um 320 000 (-3,1%) auf 10,05 Millionen und diejenige aus dem Ausland um 1,04 Mio. (-6,7%) auf 14,45 Mio. Aufenthalte ab. BJS/r

VDH-Impulstagung

Tourismus-Szenarien für die Hotelmärkte von morgen

Die Vereinigung Diplomierter Hoteliers (VDH) möchte über die helvetische Marktperspektive hinaus schauen und ihren Mitgliedern einige Impulse vermitteln. Im Quellenhof, Bad Ragaz, tagten die rund 80 VDHler als sogenannte «Probegäste» des eben erst eröffneten Hotels.

ANDREAS DOBLER

Tourismusszenarien gehören zu den heiklen Kapiteln marktforschender Zukunftsbemühungen. Viele dürften sich daran erinnern, wie noch vor wenigen Jahren die sogenannte «zunehmende Freizeit» und der Freizeitmenschen beinahe schon als ewiges Dogma galten. Das ist heute passé. Dennoch kommen Unternehmen ohne Szenarien nicht aus. Die Vereinigung Diplomierter Hoteliers SHV lud ihre Mitglieder Anfang Woche in den kaum eröffneten neu renovierten Quellenhof in Bad Ragaz ein, zu einer zweitägigen Impulstagung – sozusagen am Ort des Geschehens. Der erste Tag galt dem künftigen gesellschaftlichen Umfeld der Hotellerie, am zweiten Tag befasste man sich näher mit dem betrieblichen. Es kamen rund 80 VDHler. VDH-Präsident Hans-Ueli Baier (Duc du Rohan, Chur) begrüsste die Gäste und führte sie ins Programm ein.

Zweidrittels-Gesellschaft

Zu den prominenten Vortragenden gehörten Christian Lutz vom Gottlieb-Duttweiler-Institut, Hansruedi Müller vom Forschungsinstitut für Freizeit (FIF) der Uni Bern sowie Hans Peter Doebeli von der Motiv- und Marketingforschung-SA Dichter-Institut, Zürich. Lutz zeigte die beiden Versionen der postindustriellen Gesellschaft auf: Die Negativvariante als Zweidrittelsgesellschaft, wo der überforderte Drittel der Bevölkerung ohnehin aus dem Wirtschaftsgeschehen rausfällt und dement-

sprechend marginalisiert wird. Oder die Positivvariante als kulturelles Zeitalter, mit Menschlichkeit, Lebenunternehmertum und vermehrter Berücksichtigung weiblicher Werte. Beide Varianten entwickeln natürlich völlig andere Beherbergungsbedürfnisse beim Reisen. Die beschleunigte Entwicklung, der Zeitmangel und ein neues Zeitverständnis waren weitere Punkte, die alle drei Vortragenden besonders betonten: Die Politik der günstigbezahlten Billigarkbeitskräfte sei keine gute Ausgangslage für die Hotellerie, mit ihrem Angebot eine kulturelle Resonanz gegenüber der Kundschaft herzustellen. Hansruedi Müller ging auf die globalen Herausforderungen unserer Zeit ein: Besonders schwierig für die Hotellerie ist der Umstand, dass erstmals seit 40 Jahren die Konsumenten ihr Reisebudget offenbar etwas eingeschränkt haben. Dazu kommen das Schneeproblem und die Ökologie, die Überalterung und der prognostizierbare Verkehrsinfarkt. Müller zeigte die daraus entstehenden Verhaltensänderungen beim Reisen – öfters, aber kürzer und erlebnisreicher. Ein anspruchsvolleres Reiseangebot werde verlangt, sonziger und billiger müsse es sein.

Keine Zeit für Freizeit

Doebeli zeigte rund um die sinkende Kaufkraft und das veränderte Konsumverhalten zwölf Trends auf. Darunter ist zu erwähnen die Zeit als Mangelware (Last Minute), keine Zeit für Freizeit, der Wachstumsmarkt für Jungensreisen, der Tourismus der Nähe sowie der Umstand, dass heute ein Trend off von einem Gegenteil abgelöst werde bevor ein ganz anderer Trend aufkäme. Im Zusammenhang mit Gesundheit und Wellness sprach Doebeli auch die Neuorientierung der Geschlechter an. Die Qualitäten einer Person, ob Mann oder Frau, werden mit der Zeit wichtiger als seine/ihre (starre) Rolle. Die Ehrlichkeit und Transparenz des Angebots gehöre ebenfalls zu diesen Trends. Mitarbeit: Alexander P. Künzle

Abstimmung Arbeitsgesetz am 1. Dezember

Arbeiten, wenn andere frei haben

In der Freizeitindustrie sind andere Vorgaben als bei Schichtarbeit am Fließband zu berücksichtigen: Man muss dann arbeiten, wenn es etwas zu verdienen gibt – was sehr oft zu jener Zeit der Fall ist, wenn alle anderen frei haben. Die Flexibilität des revidierten Arbeitsgesetzes berücksichtigt dies, das Referendum nicht.

ALEXANDER P. KÜNZLE

Mitte März 1995 beriet der Nationalrat (NR) kurz vor Sessionsschluss den Zeitzuschlag: Der Bundesrat schlug zusätzliche Freizeit als gesetzliche Kompensation für Nacht- und Sonntagsarbeit vor, doch das Parlament lehnte ab: Diese Frage sollten die Sozialpartner selber lösen. Dass in dieser Frage kein Kompromiss gefunden werden konnte, war Auslöser des Referendums. Was die Sozialpartner in der Restauration und Hotellerie betrifft, so hat die Union Helvetia in früheren Landes-Gesamtarbeitsverträgen zwar zuerst noch obligatorische Zuschläge gefordert, sie aber zugunsten der 5-Tage-Woche und der 5. Ferienwoche fallengelassen.

Nacht- und Wochenendarbeit gehört in keiner anderen Branche derart zum Selbstverständnis wie im Gastro- und Beherbergungssektor. Sie hat auch nicht mit Effizientergestaltung von Produktionsabläufen oder Ausnützen des Maschinenparks zu tun, sondern ist rein auf das Bedürfnis des Konsumenten ausgerichtet, dann zu essen, zu trinken und zu schlafen, wenn er nicht selbst arbeitet. Das revidierte Arbeitsgesetz nimmt darauf Rücksicht und schränkt die bewilligungspflichtige Nachtarbeit auf die Zeit zwischen 23 und 6 Uhr ein. Falls das Referendum angenommen würde, heisst das aber nicht, dass alles beim alten Gesetz bliebe, respektive dass auch künftig gar

keine Zuschläge erhoben würden. Im Gegenteil: Kommt das Referendum durch, dürfte bald einmal eine zweite, neue revidierte Fassung des Arbeitsgesetzes zur Diskussion stehen. Und diese hätte zusätzliche Auflagen betreffend Nacht- und Wochenendarbeit vorzusehen.

Was bringt das Gesetz?

Ohne Bewilligung wären nun Mitarbeiter zwischen 6 Uhr morgens und 23 Uhr abends zu beschäftigen. Sofern die kantonalen Vorschriften Ladenöffnung am Sonntag kennen, zieht das Arbeitsgesetz hier nach. Ausserdem gelten für Frauen und Männer gleiche Arbeits- und Ruhezeiten. Der Schutz für Nachtarbeitende wird aber ausgebaut. In der Stellungnahme der Bundesräte heisst es, das neue Gesetz verschaffe der Schweizer Wirtschaft flexiblere Arbeitszeitschriften, mehr Spielraum in der Gestaltung der Arbeitsprozesse und deshalb verbesserte Chancen im internationalen Wettbewerb. Übertragen auf Tourismus und Hotellerie, heisst dies: Ein besseres Einlenken auf diejenigen Arbeitszeiten der Branche, in denen die Umsätze auch kommen, einfacheres Konzentrieren der Beschäftigung auf die wichtigen Konsumzeiten (bewilligungsfreie Abendarbeit), und damit ein Beitrag zur Tourismusdestination Schweiz.

Zankapfel Zuschläge

Doch kam im Juli das Referendum zustande: Nacht- und Sonntagsarbeit ohne Zuschläge gilt als der Zankapfel im revidierten Arbeitsgesetz zu verzeichnen. Der NR zog darauf nach.

Arbeitsgesetz: Es bleibt nicht alles beim alten

Am 1. Dezember wird über die Änderung des Bundesgesetzes über die Arbeit in Industrie, Gewerbe und Handel (Arbeitsgesetz) abgestimmt. Die Abstimmungsfrage lautet, ob der Bürger/Bürgerin die Änderung annehmen will oder nicht. Wer – wie die Hotellerie und die Restauration – für die Änderung ist, schreibt ja und lehnt damit das Referendum ab, wer aber das Referendum gutheisst, lehnt die Änderung ab. r.



Es gehört zum Selbstverständnis der Hotel-, Gastro- und Freizeitindustrie, oft dann zu arbeiten, wenn andere frei haben. Das neu revidierte Arbeitsgesetz nimmt darauf Rücksicht, das dagegen ergriffene Referendum nicht. Foto: zvg

Eröffnung Grand Hotel Quellenhof, Bad Ragaz

In 20 Monaten 71 Mio. Franken investiert

Nach einer Bauzeit von knapp 20 Monaten kann das Grand Hotel Quellenhof in Bad Ragaz am 1. November wieder eröffnet werden. Das imposante Bauwerk, in das 71 Millionen Franken investiert wurden, setzt den Schlusspunkt hinter eine achtjährige Phase der Erneuerung der Anlagen des Thermal- und Golfresorts der Grand Hotels Bad Ragaz, für die gesamthaft 180 Mio. Fr. aufgewendet wurden.

FRANZ SPANNY

Wenn das oft strapazierte «Freude herrscht für einmal wirklich Gültigkeit hat, dann in diesen Tagen in Bad Ragaz. «Wir sind sehr glücklich», versicherte Alfred E. Urfer, Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates der Thermalbäder und Grand Hotels Bad Ragaz, an einer Medienorientierung im neuen Quellenhof. Dieses Glücksgefühl dürfte nach einem Tag der offenen Tür im neuen Quellenhof vom vergangenen Samstag auch auf die Bevölkerung von Bad Ragaz und der umliegenden Orte übersprungen sein. Sie konnte sich davon überzeugen, dass nun der Kurort im St. Galler Oberland wieder über ein Hotel der absoluten Spitzenklasse verfügt. Mehr als 10 000 Besucher machten von dieser Möglichkeit Gebrauch.

Der zum Kreis der Leading Hotels of the World gehörende Quellenhof verfügt in 97 Juniorsuiten, acht Suiten mit Salon und einer Royal-Suite über 163 Betten. Grosszügigkeit, viel Licht und der Einbezug der Natur sind die prägenden Elemente eines zeitgemässen Angebots von Luxus und modernster Technik im Quellenhof. Die Verwendung des sagenhaft schönen Treppengeländers sowie weiterer Elemente der «Grand Old Lady» geben dem neuen Quellenhof ein einmaliges Flair von Gedeihenheit. Der seinerzeit von Rainer Maria Rilke bei einem Aufenthalt im Quellenhof getätigte Ausspruch: «Hiersein ist herrlich!» hat nach wie vor seine Gültigkeit.

Schlüsselübergabe wie geplant Die Schlüsselübergabe an Hoteldirektor Hans Geiger (er steht neben dem Quellenhof auch dem Hof Ragaz vor) konnte wie geplant am Freitag, 25. Oktober, erfolgen. Das ist bei einem Bauvorhaben dieser Dimension keine Selbstverständlichkeit. «Wir hatten nicht nur die Kosten, sondern auch die Termine jederzeit im Griff», versichert Architekt Karl Steffen. Eine effiziente Trockenbauweise sowie die Entwicklung und Vorfabrikation von Bauelementen ermöglichte ein sehr schnelles Bauen. «Ein solches Bauwerk in knapp 20 Monaten zu erstellen, ist eine Meisterleistung der heutigen Baukunst», sagt ein rundum zufriedener Urfer.

Neue Hülle für zeitlose Werte

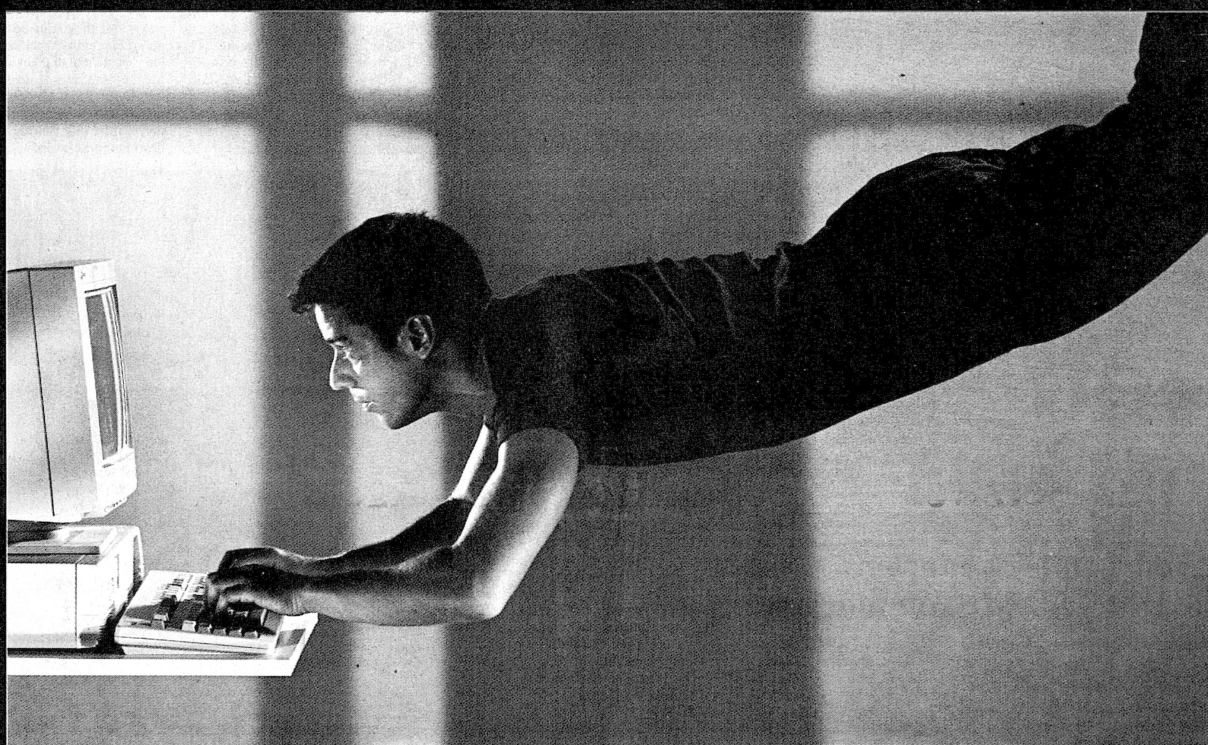
Ein in klassizistischem Stil erbautes Haus («gefragt war Harmonie und nicht Konfrontation», so der Architekt) bildet die neue Hülle für zeitlose Werte der Hotellerie. Sie werden im Quellenhof ganz bewusst sehr hochgehalten in der vollen Überzeugung, dass es auch für solche ausgesprochene Luxushotels noch Gäste gibt. «Bei einem perfekten Angebot spielt der Preis eine untergeordnete Rolle», meint Urfer.

Der zum Kreis der Leading Hotels of the World gehörende Quellenhof verfügt in 97 Juniorsuiten, acht Suiten mit Salon und einer Royal-Suite über 163 Betten. Grosszügigkeit, viel Licht und der Einbezug der Natur sind die prägenden Elemente eines zeitgemässen Angebots von Luxus und modernster Technik im Quellenhof. Die Verwendung des sagenhaft schönen Treppengeländers sowie weiterer Elemente der «Grand Old Lady» geben dem neuen Quellenhof ein einmaliges Flair von Gedeihenheit. Der seinerzeit von Rainer Maria Rilke bei einem Aufenthalt im Quellenhof getätigte Ausspruch: «Hiersein ist herrlich!» hat nach wie vor seine Gültigkeit.

Daten zum Quellenhof-Neubau

Bausumme	71 Mio. Fr.
Bauzeit	20 Monate
Baubeginn	25.10.1996
Inbetriebnahme	2.11.1996
Suiten und Betten	106 Einheiten mit 163 Betten
Bauherrschaft	AG der Thermalbäder und Grand-Hotels Bad Ragaz
Architekt	Karl Steffen, Zug
Bauleitung	Walter Dietsche, Chur

MISSION POSSIBLE:
BUCHEN OHNE FAX UND TELEFON



Mit Galileo Premier erleben Sie zwar nicht so schwindelerregende Situationen wie Tom Cruise in „Mission: Impossible“, aber dafür ein schwindelerregendes Buchungstempo.

Denn die exklusive Neuheit von Traviswiss beschleunigt den Buchungsprozess von A bis Z und schliesst ihn mit sofortigen Bestätigungen ab.

Was Telefon und Fax natürlich ziemlich alt aussehen lässt.

Schneller und einfacher denn je lassen sich auch bestehende Buchungen modifizieren.

Mit einer ganz einfachen „Mission“

kommen Sie zu detaillierten Informationen über Galileo Premier:

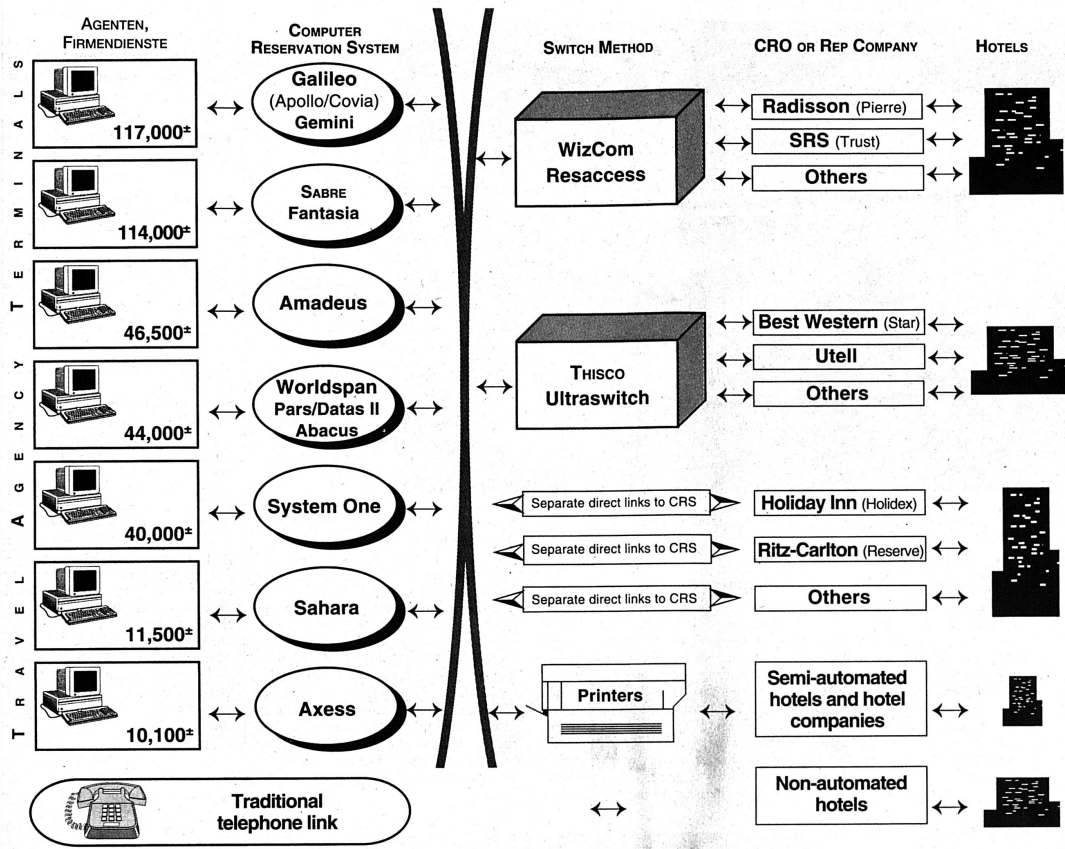
Zum Telefon greifen und 01 815 36 02 wählen.

TRAVISWISS

Funktioniert's menschlich, funktioniert's auch technisch.

Global Distribution Network

Übersicht über das Global Distribution Network



Das Netzwerk zwischen Hotel und Agent

Beim elektronischen Buchungsablauf befinden sich zwischen dem Hotel und dem Zimmer reservierenden Reiseagenten drei grosse Stationen. Um für möglichst viele Agenten erreichbar zu sein, muss das Hotel drei Stufen durchlaufen: Es muss sich erstens dem Central Reservation Office (CRO) seiner Kette und/oder seiner Hotelrepräsentationsfirma anschliessen. Diese CROs oder Reps wiederum sind weltweit den zwei sich konkurrierenden Switch-Unternehmen

Thisco (Dallas) oder WizCom (New Jersey) angeschlossen. Diese stellen für einen Bruchteil der Kosten die Verbindungen zu den grossen Global Distribution Systemen (GDS, Computer Reservation System) her und ersparen den Ketten und Einzelhotels all die teuren Installationen und Aufstartkosten, die es braucht, um den GDS angeschlossen zu werden. Die GDS wiederum sind mit den Reisebüros und Commercial Agenturen weltweit verbunden.

Die GDS gehörten lange Zeit exklusiv den Airlines, denn diese waren die ersten, die ihre Buchungen elektronisch durchorganisierten. Andere touristische Leistungsträger wie die Hotellerie oder die Autovermieter, kamen erst später hinzu. Heute sind die weltweit grossen Softwarefirmen dabei, sich in dieses Geschäft einzukaufen. Im Switch-Bereich gehört WizCom zu Avis, dem Autovermieter. Thisco gehört zur Pegasus-Gruppe, die auch stark im Internet en-

gagiert ist und den Hotels ein Clearinghaus zur Abwicklung der Provisionszahlungen anbietet. Die CROs gehören meist den jeweiligen Hotelketten, die Hotelreps sind oft unabhängige Firmen wie Lexington (aus einer Hotelkette entstanden), oder Utell, das über Reed Travel Group zum grossen internationalen Kongress-, Medien- und Informationsgigant Reed gehört.

APK
Grafik: The Cornell H.R.A. Quarterly, Cornell University, Ithaca NY, USA.

Aircro Hotel Reservations für mittlere und kleine Hotels

Utells günstiger Link zur Hotelreservation

Die Wachstumsraten der elektronisch gebuchten Zimmerreservations brechen seit Beginn der 90er Jahre nicht ab. Die grossen Hotelketten und die Marketinggruppen sind längst an globale Systeme angeschlossen. In der Schweiz konkurrieren Hotelrepräsentationsfirmen um die Vielzahl der verbliebenen unabhängigen Hotels. Aircro ist Utells «Budgetvariante» für solche Betriebe.

ALEXANDER P. KÜNZLE

Zwischen den Hotels und den Reiseagenten hat sich in den letzten Jahren zunehmend ein elektronisches Vermittlungsnetzwerk etabliert, das sowohl die Kommunikation billig und schnell überträgt als auch Marketingfunktionen einnehmen kann. Der traditionelle Anruf per Telefon wird somit immer mehr von standardisierten Buchungsabläufen am Bildschirm verdrängt. Utell gehört wie Supranational, Lexington oder Holidex (Holiday Inn) zu den globalen Hotelrepräsentationsfirmen, die Reservations- und Marketingservice auch für unabhängige und organisierte Hotels liefern,

die nicht an eigene Central Reservation Offices (CRO) gebunden sind. Die CROs oder Hotelrep-Firmen wiederum sind über Switch-Gesellschaften mit den grossen Global Distribution Systemen (GDS) verbunden, über die die Reiseagenten ihre Buchungen abwickeln. Utell versucht nun seit Anfang 1996 in der Schweiz, den Hoteliers mit dem neu ausgewerteten «Aircro» eine Art Günstigprodukt in Sachen Zimmerreservation zu offerieren: 1984 gegründet, verbindet Aircro zu «Budgetkonditionen» Hotelbetriebe mit den wichtigsten GDS, wie Galileo, Sabre, Amadeus oder Worldspan. Aircro lädt sämtliche Informationen des betreffenden Hotels, Preise, Verfügbarkeiten etc. in die Datenbanken dieser GDS, so dass sie den Reiseagenten weltweit zugänglich sind. Dieses Utell-Unterlabel ist speziell für Hotels gedacht, die nicht in Stadtzentren, bekannten Badestränden oder Tagungsorten liegen, sondern vom Standort her ausserhalb der grossen Tourismusströme liegen. Aircro soll damit für den Agenten, falls er für einmal nicht die üblichen Reisezentren (Gateways) sucht, zum Begriff eines Hotelrep-Systems werden, das auf abgelegene Standorte spezialisiert ist. Aircro wünscht sich bis Ende 1997 ein Portfolio von rund 1500 Hotels weltweit, darunter natürlich auch einige in der Schweiz. Gerade die kleineren Be-

triebe laufen gegenwärtig Gefahr, vom Trend zur automatisierten Buchung umgangen zu werden.

Marketingmöglichkeiten

Bekanntlich ist es ausser dem Preis die Kombination von Standort und Angebotsart, dass viele Gäste sich für einen Aufenthalt gerade im betreffenden Haus entscheiden. Auch über Aircro ist es möglich, dass der Hotelier alle seine Attraktionen in der Nähe, seine wichtigsten Unternehmen in der Umgebung und sein Hotelangebot aufs GDS bringen kann. Agenten gehen immer mehr dazu über, bei der Hotellsuche nach bestimmten Suchkriterien (Segmente, Spezialangebote) vorzugehen und diese einzugeben. Je mehr Referenzpunkte deshalb ein Hotelier angeben kann oder will, desto höher wird die Wahrscheinlichkeit, unter einem der Stichworte auf dem Bildschirm der Agentur aufzutreten.

Aircro offeriert dem Hotelier auch Kontrollmechanismen. Er kann also die Informationen ständig überwachen, seine Preisangaben und Kapazitäten variieren, zum Beispiel aufgrund seiner geplanten Belegung oder seiner saisonalen Schwankungen. Bei den Preisen sind mehrere Arten möglich. Auch speziell ausgehandelte Preise, negotiated rates, sind einzuweisen. Aircro kann diese Spezialpreise für gewisse Agententypen

oder GDS sperren oder die angezielte Kundschaft genauer definieren, so dass diese Preise nur auf jenen Bildschirmen auftauchen, für die sie auch bestimmt sind.

Nur ein PC ist nötig

Für eine Aircro-Installation benötigt der Hotelier einen Personal Computer. Die Data-Connection zu Aircro wird von Utell installiert, ebenso eine benutzerfreundliche Software mit dem Namen LinkPLUS. LinkPLUS ermöglicht die Öffnung und Schliessung der Anzahl zur Verfügung gestellter Zimmer ebenso wie das Nachführen der Preise zu jeder Zeit. Aircro funktioniert auf der Basis «Type A Connectivity», das heisst, ein Host Computer akzeptiert und bestätigt im Fall einer Reservation die Buchung und produziert sofort eine Bestätigungsnummer, eine Confirmation Number. Der Agent hat damit ein sicheres Dokument gegenüber seinem Kunden. LinkPLUS liefert darauf die Buchung ans betreffende Hotel weiter, innerhalb von Minuten, 24 Stunden pro Tag. Agenten finden an Aircro angeschlossene Hotels unter dem Vendor-Code «AZ». Die Reservationen werden von «Unison» verarbeitet, demselben System, das auch die Reservationen von Utell International, Summit International und Insignia Resorts bewältigt.

Marriott Hotels Resorts

Rekordergebnis für 1996 erwartet

Die Marriott International-Hotelkette, die kürzlich mit dem Hotel Zürich ihre Premiere in der Schweiz feierte, erzielte im dritten Quartal 1996 einen Bilanzgewinn von 58 Millionen US-Dollar, was einem Plus von 26 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Der Gewinn pro Aktie stieg um 23 Prozent auf 43 Cents. Der Marriott-Umsatz wuchs um 15 Prozent. Alle Marriott-Hotelmarken hätten eine hohe Auslastung, höhere Zimmerpreise und eine bessere Distribution ausweisen können. J. W. Marriott, Präsident und VR-Vorsitzender, erwartet 1996 ein Rekordergebnis, 1997 soll es noch besser werden. In den ersten neun Monaten 1996 stieg der Gewinn um 25 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Der Umsatz betrug 6,725 Milliarden Dollar, 11 Prozent mehr.

Das Lodging (Beherbergungsbereich) erzielte im 3. Quartal ein Plus von 26 Prozent im Betriebsgewinn, der Umsatz stieg um 10 Prozent. Grund: Höhere Erträge pro Zimmer, Expansion um 16 600 Zimmer, mehr Aktivitäten beim Marriott Vacation Club (Time Sharing) und höhere Einnahmen aus der 49-Prozent-Beteiligung an Ritz-Carlton.

Das Marriott Zürich (ex-Hotel Zürich) war eines von 34 Häusern, mit denen Marriott im 3. Quartal 1996 sein Angebot erweitert hat. Die Kette verfügt momentan über 1144 Hotels mit rund 222 000 Zimmern, und 2800 Time-Share-Einheiten.

Hotelmarken von Marriott, Preis und Belegung

Höhere Zimmerpreise (in Dollar, Wachstumsrate in Prozent) und Belegungsraten (in Prozent) zeichnen das 3. Quartal bei allen Marken aus.

Marriott Hotels, Resorts & Suites	113\$ (9%), 80 Prozent (+1%)
Courtyard	79\$ (9%), 84 Prozent (+0.5%)
Fairfield Inn	54\$ (13%), 82 Prozent (-5.4%)
Residence Inn	91.2\$ (8%), 89 Prozent (-0.5%)
Ritz-Carlton	172\$ (9%), 76.2 Prozent (+4.1%)
Marriott Vacation Club	
Anzahl Apartments	2765 (+308)
verkaufte Einheiten	4120 (+9%).

NEWS

Thistle: Börsengang mit Aktionärsbonus. Thistle Hotels Plc, Grossbritanniens zweitgrösste Hotelgruppe, ist Anfang Oktober mit einem Marktwert von rund 1,5 Milliarden Pfund an die Börse gelangt. Kombiniert wurde die Kotierung mit der Einführung des «Owners Club». Zeichner respektive Aktionäre, die für über 1000 Pfund (rund 1900 Franken) Aktien von Thistle gekauft haben, werden Mitglieder des Owners Club und erhalten spezielle Vorteile und Ermässigungen.

WizCom International übernimmt die Repräsentation von ERS. Die Avis-Tochtergesellschaft WizCom Int., ein Konkurrenzunternehmen zu Thisco von Pegasus im Bereich Switch-Service, hat einen Zehnjahresvertrag mit der Electronic Representation Services (ERS) unterzeichnet. ERS wird dabei WizComs «WizDom Plus Distribution Processing System (DPS)» nutzen. ERS offeriert Reservations-Dienstleistungen für rund 250 Hotels in verschiedenen Destinationen. WizCom, eine High-Tech-Tochter von Avis, wurde 1987 gegründet, um Marketing für fortgeschrittene Computersysteme für die Reiseindustrie zu offerieren. WizCom ist neben Thisco eine Switch-Company, die Hotelreservationssysteme elektronisch möglichst nahtlos mit den vier Global Distribution Systemen (GDS) verbindet. WizCom führt solche Reservationen momentan für über 80 Hotelunternehmen durch, unter anderem Radisson, Accor, SRS, Holiday Inn oder The Leading Hotels of the World. Das WizDom Plus DPS-Paket schliesst volle Reservationskapazitäten und direkte Links zu den GDS ein, und zwar «nahtlos» das heisst mit der «seamless connectivity». Ebenso werden mit WizDom Plus die Hotelpreise automatisch nachgeführt, womit ein echter Zugriff auf die momentane Zimmerkapazität garantiert ist.

Geschäftsreisen

Strengere Kostenkontrolle bei Spesen

Mitarbeiter müssen in den USA von luxuriöser Geschäftsreisen Abschied nehmen, weil die Unternehmer an der Kostenschraube drehen, sagte eine Studie von American Express. Für das Reisen und den Hotelaufenthalt werden pragmatische Richtlinien gesetzt. Die US-Indikatoren gelten als Fingerzeig für Europa.

THOMAS VASZARY

Für 45 Prozent der von American Express untersuchten 1200 Firmen in den USA gilt zur Zeit: Das Überwachen der Reisekosten hat erste Priorität innerhalb des Reisemanagements. Die direkten Ausgaben für Hotel, Flügel, Automiete, Essen und anderes stehen unter strenger Kontrolle. Ein Grund dafür ist, dass 1996 die Geschäftsreisen in den USA einen Höchststand erreicht haben. Prognostiziert wurde bis Jahresende die Summe von 156 Milliarden US-Dollar. 1995 waren es noch 150 Milliarden US-Dollar gewesen. Während 1994 rund 21 Prozent der Mitarbeiter für ihre Firma unterwegs waren, sind es heute schon 27 Prozent. Die Geschäftsreisertätigkeit hat also deutlich zugenommen.

Firmen: Klare Reisereglemente

Die Kriterien für Geschäftsreisen sind in der Regel klar festgelegt: Rund 90 Prozent der amerikanischen, international tätigen Unternehmen verfügen über offizielle Reglemente für Geschäftsreisen. Rund 60 Prozent aller Firmen haben schriftliche Standards erlassen. 78 Prozent aller Firmen fordern ihre Mitarbeiter auf, den preisgünstigsten Flug zu wählen, und 62 Pro-



Die amerikanischen Firmen ziehen die Handbremse bei den Reisespesen: Die US-Zahlen in einer Studie von American Express dienen auch als Indikatoren für die Entwicklung in Europa.

Foto: express

zent halten ihre Mitarbeiter dazu an, in Hotels zu übernachten, mit denen die Firma spezielle Vereinbarungen getroffen hat.

Zwar erlauben wiederum rund 36 Prozent der befragten Firmen ihren Mitarbeitern, Business Class zu fliegen (1994 waren es 31%). Bei den Hotelübernachtungen jedoch muss auf Zimmer der Luxusklasse verzichtet werden. Die Studie hat ergeben, dass nur noch 19 Prozent in Luxussuiten übernachten (1994 waren es noch 28%). Mindestens die nächst tiefere Hotelkategorie muss gebucht werden. Für Europa und auch die Schweiz würde dies dann heissen, dass sich die seit geraumer Zeit abzeich-

nende Verlagerung in Richtung 3- und 4-Stern-Segment weiter verstärken könnte.

Indikatoren für Europa

Laut der Studie von American Express können diese US-Zahlen nämlich als «vorlaufende Indikatoren» für Europa dienen. Eine Studie von Price Waterhouse im Auftrag von American Express wies nach, dass eine durchschnittliche europäische Firma etwa 8 Prozent ihres gesamten Geschäftsreisebudgets für Bearbeitungskosten aufwendet. Und da die direkten Kosten in den meisten Fällen bereits optimiert wurden, konzentrieren sich die Unternehmen nun auf die indi-

rekten Kosten (Buchung, Bearbeitung und Administration).

Um diese Kosten zu senken, werden Bearbeitungsvorgänge optimiert, die Reisereliglemente besser kommuniziert und deren Einhaltung besser überprüft. Noch nicht oft – aber immer öfter – wird mit einem einzigen Reisebüro zusammengearbeitet und direkte Verhandlungen mit Hotels oder Autovermietungen werden aggressiver als auch schon geführt. Ein weiteres Instrumentarium im modernen Reisekostenmanagement ist die effizientere Zahlungsabwicklung und ein Spesenmanagement über Firmenkarten, auch «Corporate Cards» genannt.

Walter Immoos, All Seasons Premier Menzies Hotel, Sydney (Australien)

«Alles ist fasziniert von Olympia 2000»

«Here to help»: Hilfsbereitschaft zeichnet die Mitarbeiter des Stadthotels All Seasons Premier Menzies Hotel in Sydney aus. Generaldirektor des 4-Stern-Hotels mit 850 Betten ist der Schweizer Walter Immoos. Die Faszination «Olympia 2000» hat auch den Schweizer ergriffen.

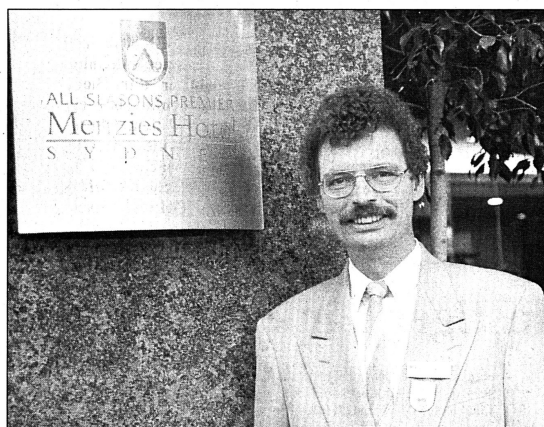
SILVIA CANTIENI

Wie alle seiner 440 Angestellten, darunter die Hälfte mit Vollzeitjobs, trägt auch der 42-jährige Baselbieter Walter Immoos den auffälligen Kleber «Here to help» (Hier um zu helfen). Nicht in der

Slogan entstammt einem hotelinternen Wettbewerb, den ein Barman des vor 33 Jahren erbauten und teilweise geschützten Hauses gewann. Der Manager des 850-Betten-Hauses, 1989 nach Australien ausgewandert und heute schweizerisch-australischer Doppelbürger, legt viel Wert auf eine gute Ausbildung. Er nennt es Training. Je zur Hälfte Frauen und Männer, setzt sich die Crew aus vielen Nationalitäten zusammen. Schweizer, so Immoos, sind ausser ihm keine tätig, das wäre nur über Studentenaustausch oder schwer zu erhaltende Arbeitsbewilligungen möglich. Walter Immoos ist in seinen Lehr- und Wanderjahren bei Anton Mosimann im «Dorchester» London tätig gewesen, hat nach der Hotelfachschule Lausanne in Paris, Johannesburg, Durban, Antigua und Mauritius in besten Häusern gearbeitet.

Hotelbranche hat gutes Image

Ob von Filipinos, Griechen, Thais oder Peruaner geleistet, Generaldirektor Immoos legt Wert auf eine gute Gästebetreuung. «Best value for money»: Das Preis-Leistungs-Verhältnis muss eben stimmen, lautet seine Devise. Für Immoos ist es vordringlich, sich «nicht zu weit weg von den Angestellten» zu bewegen. «Ich kenne alle 440 Angestellten mit Namen.» Das Personal sei sehr offen gegenüber den Gästen, man könnte fast sagen «naiv», so Immoos. Bei den Gä-



Sorgt im «Menzies» in Sydney für eine hohe Auslastung: Der Schweizer Generaldirektor Walter Immoos.

Foto: Silvia Cantieni

sten komme die offene Dienstleistungsberuflichkeit an, auch wenn sie nicht immer so effizient sei wie gewünscht. «Die Leute hier arbeiten gern im Tourismus, man kann Karriere machen, und die Branche hat ein gutes Image.»

Die Angestellten werden aufgrund der Persönlichkeit ausgewählt und intern ausgebildet. Die Ausbildungsstrukturen seien nicht so gut wie in der Schweiz, doch habe sich der Standard stark verbessert. Kochlehren seien möglich. Kellnerlehren noch nicht, doch seien Hotelfachschulen mehr und mehr im Kommen. Das Durchschnittseinkommen eines Angestellten beträgt vor Steuerabzug zwölf australische Dollar pro Stunde. Ein Receptionist verdient etwa 2000 Dollar monatlich, ein Chef de partie nur unwesentlich mehr. Die Angestellten des Hotels wohnen privat. Kost und Logis als Bestandteil des Arbeitsvertrages kennt man in der australischen Hotellerie mit Ausnahme von Inselresorts nicht. «Viele Familien haben ein Doppelseinkommen», so Immoos, der selber in einem Vorort von Sydney wohnt. Ähnlich wie in Euro-

pe schaftsverträge geregelt. Den grössten Ausgabeposten machten die Löhne aus, weshalb viele Teilzeitmitarbeiter angestellt wurden.

Tourismus wächst

Der Tourismus ist in Sydney die am schnellsten wachsende Branche und hat in den letzten fünf Jahren je um 10 Prozent zugelegt», erklärt Immoos. Im «Menzies» war die Zuwachsrate mit jährlich 25 Prozent noch höher. Kein Wunder, dass das monumentale Gebäude an bester Hotellage für 11 Millionen australische Dollars erneuert wurde. Die Bettenbelegung ist von 68 auf 85 Prozent hochgeschwollen. Reinvestitionen seien lebenswichtig, betont der Manager, alle sieben Jahre würden Zimmer und Publikumsräume renoviert. «Sonst verlieren wir am Markt und die Zimmerpreise sacken ab.» Die Kundschaft des «Menzies» setzt sich zu 14 Prozent aus Japanern, zu 13 Prozent aus US-Amerikanern, zu 24 Prozent aus Europäern, zu 8 Prozent aus dem Rest der Welt und zu rund 40 Prozent aus Australiern zusammen.



Schweiz, sondern im australischen Sydney, wo der gelernte Koch mit Hotelfachausbildung in Lausanne seit zwei Jahren das Hotel All Seasons Premier Menzies als Generaldirektor führt. Der

Enorme Nachfrage nach Hotelbetten

Der Tourismus in Sydney ist unter verschiedenen Schirmgesellschaften gut organisiert. Seit im Herbst 1993 die Olympischen Spiele an Sydney vergeben wurden, geht es der Wirtschaft nach einer Rezessionsphase wesentlich besser. Das «Menzies», früher zur Holiday-Inn-Gruppe gehörend, ist für Walter Immoos, Generaldirektor des All Seasons Premier Menzies Hotel in Sydney, eine grosse Herausforderung, gerade im Hinblick auf die olympischen Sommerspiele 2000. Immoos arbeitet nach einem Businessplan, aufgeteilt in Tages-, Dreimonats- und Jahresplan. Auch ein Fünfjahresplan fehlt

nicht, denn schon häufen sich Sitzungen mit Vertretern des Olympischen Organisationskomitees. Olympia bringe Marketing und «free advertising», sagt Immoos und fügt hinzu: «Selbst für die Jahre nach Olympia haben wir Gratiswerbung.» Die Nachfrage nach Hotelbetten nehme enorm zu, aber es brauche mehr 4- und 5-Stern-Hotels. In Australien und speziell in Sydney sei «alles fasziniert von Olympia». «Alle sind positiv», beschreibt Immoos den aktuellen Boom. «Wir können hier die Hotellerie in einem sehr gesunden Umfeld vorantreiben.» SC

Brandnertal, Voralberg

Den Hotelpreis macht der Gast

«Zahlen Sie, was Sie wollen» – mit dieser Aufforderung überrascht das Brandnertal im Voralberg seine Stammgäste. Stattdessen soll die Aktion, an der sich 28 Hotels, Pensionen und Appartementhäuser beteiligen, vom 11. bis 18. Januar 1997.

Während der Aktion gilt nicht der sonst festgelegte Preis, sondern der Gast bezahlt, was ihm der Aufenthalt wert war. Mit einer Einschränkung: Es müssen Stammgäste sein, die auch schon im vorigen Jahr in den jeweiligen Beherbergungsbetrieben gewohnt haben. Und die Gäste müssen ihre Preisentscheidung auf einem Fragebogen erläutern. In dem Angebot sind nicht nur Übernachtung und Verpflegung enthalten, sondern auch Skipass, Ski-, Snowboard- oder Langlaufkurse, Sportgeräteverleih, Skitouren, Tennis und Reitskule. Lediglich für den Skipass muss ein Depot von zirka 120 Franken geleistet werden. Reinhard Lanner vom Tourismus-Verband Brandnertal hofft, dass die Gäste den Preis für alle Leistungen «möglichst exakt» selber ermitteln. Das Tal ist aber auch darauf gewappnet, nur etwa 75 Prozent der erwarteten Gelder zu bekommen. Immerhin hat die gesamte Region gegenüber dem Vorjahr die Preise erhöht – höchstens für verbesserte Infrastruktur in einzelnen Hotels wurden die Preise angepasst.

Die Gastgeber versprechen sich von der Aktion nicht nur eine hohe Werbewirksamkeit nach aussen, es soll auch eine Wirkung nach innen. Man erhofft sich sowohl bei den Vermietern von Gästezimmern als auch bei den Gästen ein neues Bewusstsein für Qualität und ihren Wert. «Dann würde auch die Zeit der ruinösen Preisschleuderei der Vergangenheit angehören», erhofft sich Lanner. Eine Initiativegruppe um den Hoteller Karl Schwärzler hatte die Aktion erdacht und in die Tat umgesetzt. Sollte ein Gast nicht den erhofften Preis zahlen, so sieht Schwärzler dafür nicht unbedingt den Geiz des Gastes als Motiv: «Dienstleistungen und Produkte, für die der Gast unter 50 Prozent des Listenpreises zahlen will, müssen wahrscheinlich überarbeitet und verbessert werden.» GU

IMPRESSUM

hotel + tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit.

Adresse Redaktion / Verlag:
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern.
Telefon: 031 / 370 42 22,
Telefax: 031 / 370 42 24

Herausgeber / Editeur:
Schweizer Hotelier-Verein SHV, Bern.

Redaktion / Rédaction:
Chefredaktor / Rédacteur en chef:
Andreas Netze (AN),
Réd. en chef adj.: Miroslaw Halaba (MH).

SHV · SSH · SSA:
Stefan Senn (SSE), Stefan Züger (SZ).

Offizielles Organ für / Organe officielles:
Verband Schweizer Tourismus-
Direktoren und -Direktoren (VSTD);
Schweizer Vereinigung diplomierter
Tourismusexperten (TOUREX);
Vereinigung Diplomierter Hotelliers-
Restaurateurs SHV (VDH); Hospitality
Sales & Marketing Association (HSM-A);
Swiss Chapter, Food and Beverage
Management Association (FBMA);
Swiss Congress & Incentive; Buspartner
Schweiz; Verband Schweizer Badekurorte
(VSB); Verband Schweizer Kurhäuser
(VSK); Swiss International Hotels (SIH);
Schweizerische Vereinigung der
Firmen-Reisedienste; Amicale
Internationale des Sous-Directeurs
et Chefs de Réception des
Grands Hôtels (AICR).

marktplatz

Texte und Sponsoring:
Rolf Mantel, Telefon/Fax 052 / 343 84 54.

Verlag / Edition:
Verlagsleitung / Chef d'édition:
Peter Schibler.

Geschäftsanzeigen:
Agentur Markus Flühmann, 5628 Birri,
Tel. 056 / 664 40 40, Fax 056 / 664 26 40.

Publicité pour la Suisse romande:
Kretz AG, 8706 Feldmeilen,
Tél. 01 / 923 76 56, Fax 01 / 923 76 57.

Druck / Impression:
Fischer Druck AG, Druckzentrum Bern.

SIAL 96, Paris

Franzosen entdecken gesundes Essen

Monate nach den Briten, Deutschen und Schweizern haben nun auch die Franzosen die Dimension von Rinderwahnsinn realisiert. So stand die Lebensmittelmesse SIAL in Paris im Zeichen von Sicherheit, Gesundheit und Authentizität.

KATJA HASSENKAMP

Rinderwahnsinn und steigende Arbeitslosigkeit verunsichern und führen dazu, dass man sich beim Lebensmittelkauf auf alte Werte besinnt – Geschmacksnoten, die man aus Mutters Küche kennt, wirken beruhigend. «Sicherheit», «Gesundheit», «Genuss», «Authentizität» und «leichte Zubereitung» waren denn auch die Schlagworte des 31. Salon International de l'Alimentation (SIAL) in Paris/Villepinte, wo 4000 Aussteller aus 83 Ländern vergangene Woche die neuesten Erfindungen des Food-Sektors vorgestellt haben. «Label Rouge», «AOC», «g.g.A.», «g.U.» und «g.T.S.» Qualitätssiegel und Herkunftsgarantien sind beim Konsumenten mehr denn je gefragt und auch der Fachmann kann sich mit Hilfe gängiger Zertifikate vor allzu bösen Überraschungen absichern. Ein «Pöle

Qualité» gab ihm auf dem SIAL erstmals Gelegenheit sich mit den gängigen Bezeichnungen vertraut zu machen. Zudem wurde jeden Tag eine andere Branche mit ihren Qualitätsmarken unter die Lupe genommen (Molkereiprodukte, Fleisch, Obst und Gemüse...) die natürlich bei gleicher Gelegenheit auch neue Produktreihen vorstellen konnten.

Einfache Gerichte gefragt

Mehr denn je gefragt sind da beim Konsumenten, aber auch beim Koch, die einfach zuzubereitenden Gerichte: Mousse au chocolat, die in nur 3 Minuten hochgeschlagen werden kann; Eigelb aus der Sprühlflasche, um das Einpinseln der Kekse zu ersetzen; oder Ei als Pulver – nur Eiweiss, nur Eigelb oder das ganze Ei – immer frisch und mühelos einsetzbar. Das Omelett wird tiefgekühlt schon mit Öl und Milch vermischt angeboten, der Spinat ist schon mit Mozzarella angerei-

chert und wird nur noch überbacken und sogar Austern gehen spielend auf, dank eines eingewachsenen Nylonfadens. Der Kir Royal wird fertig abgefüllt angeboten und auch die Longdrinks sind bereits gemixt: Cola/Rhum, Whisky sour oder Gin Tonic...

Neben dem praktischen Aspekt, sollen die modernen Lebensmittel aber auch gesund sein. Besonders Jogurthhersteller bühnen dabei um die Gunst des Konsumenten mit immer neuen Varianten, die der Darmflora zuträglich sein sollen – die Palette reicht vom «probiotischen SymBalance» aus der Schweiz bis zum japanischen «Moringa».

Bio- und Genprodukte im Trend

Werden solche «Qualitäten» eher belächelt, so wird die Problematik genetisch veränderter Lebensmittel schon erster genannt und stand im Mittelpunkt eines Kolloquiums. Während das

Europaparlament in Strassburg sich gegen die Verallgemeinerung genetisch veränderter Gemüse und Obstsorten sträubt, scheint man in Grossbritannien durchaus an «Zeneca-Tomaten» interessiert zu sein – sie sind weniger anfällig und halten länger. Allerdings blieb die Frage offen, ob genetisch veränderte Gemüse dem Organismus schaden. Wer auf Nummer sicher gehen will, optiert daher für Bio-Produkte, die auf dem diesjährigen SIAL verstärkt präsent waren. Bio-Hühnchen, Bio-Reis, Bio-Frikassee und Baby-Bio-Milch... das Sortiment wurde stark erweitert und neue Marken sollen den Bio-Produkten endgültig zum Durchbruch verhelfen. Es erscheint erstmals auch denkbar, dass ein Restaurant für die Verwendung von Bio-Produkten optiert und damit effektiv Werbung treibt. Zumal immer deutlicher wird, dass der Kunde bereit ist, für garantierte Qualität mehr zu bezahlen.



Die Pariser Lebensmittelmesse Sial stand ganz im Zeichen von Gesundheit und Sicherheit.

Foto: Katja Hassenkamp

Teil für Restaurateure

Erstmals auf einem SIAL war heuer ein Teil für die Restaurateure bestimmt. Was gut gemeint war, erwies sich jedoch als wenig nützlich. Zwar wurden fünf Tage lang Kochvorführungen durchgeführt, bei denen neue Produkte für den Restaurantkoch vorgestellt wurden – abgepackte Salate, neue Pommes Frites, halbfertige Kalbfleischgerichte, Kompottvarianten... jedoch fehlte ein ständiges Auskunftsbüro. Wer keine Zeit hatte an allen Vorführungen teilzunehmen – und das ist das Gros der Fachbesucher – konnte keine Zusammenfassung der Themen finden und war nach wie vor auf sich selbst gestellt, um interessante Neuheiten aus den Tausenden von dargestellten Produkten herauszupicken. HAS

Preis für Hiestand

In Deutschland die Nase vorn

Höchste Auszeichnung für Hiestand in Deutschland: Schweizerische Bäckerhandwerkstradition wurde mit dem Bundesehrenpreis bedacht. Inzwischen hat für Hiestand der deutsche Markt die grösste Bedeutung.

Die deutsche Tochter des immer noch unter Schweizer Fahne verbliebenen Produkts für Halbfertigprodukte von Backwaren Hiestand wurde in Deutschland mit dem Bundesehrenpreis von Bundesminister für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten bedacht. Der deutsche Produktionsbetrieb von Hiestand im unterfränkischen Gerolzhofen konnte sich als einer der sechs besten Betriebe des Bäckerhandwerks qualifizieren. Der Erfolg basiert auf handwerklicher Qualität: Immerhin verwendet der Hiestand als einziger deutscher Anbieter reine Markenbutter für seine Produkte.

Nach 20 Jahren Produktionserfahrung mit dem Standort Schlieren bei Zürich expandierte Hiestand 1988 nach Deutschland. Inzwischen erwirtschaftet die Grossbäckerei bereits die Hälfte ihres Umsatzes jenseits der Grenze. «Das Entwicklungspotential wird vor allem durch die Marktgrösse bestimmt», begründet Max Surber, Marketing Hiestand, den Schritt. Und dieses ist in Deutschland mit einem ca. 16mal so grossen Markt gegeben. Hiestand profiliert sich bei seinen ausländischen Kunden mit dem «verwechselbaren» Produkt Backwaren auch durch das Image der «Schweizer Qualität». Ein Export vom hiesigen Produktionsstandort stand nie zur Diskussion. Denn neben den Zollaufflagen würden vor allem die höheren Produktionskosten in der Schweiz das Geschäft unrentabel machen. GSG

hogatec, Düsseldorf

Plattform für asiatische Kunden

Unter den rund 850 Ausstellern, die direkt als Schweizer erkennbar sind. Manche hatten sich bei anderen Ständen einquartiert oder waren über Tochterfirmen vertreten. Aber alle waren sich einig: «Die hogatec ist ein Muss».

GEORG UBENAUF
AUS DÜSSELDORF

Düsseldorf – das ist der internationale Meetingplatz für die gesamte Branche. Schon zu Messebeginn am Sonntag stürmten die Asiaten das Gelände. Und selbst der Schweizer Kaffeemaschinenhersteller Egro, bei seinem deutschen Vertreter kaum zu finden, freute sich über lebhaften Besuch von Japanern sowie Chinesen aus Taiwan und Hongkong. Die Hoffnungen fast aller Aussteller gehen Richtung Fernost. Denn einhellig ist das Urteil über Europa: «Die Rezession ist ungebrochen». Daraus resultieren Preiskämpfe, die «pickelhart» geworden sind.

Mit dem Bekenntnis zur hogatec ist bei allen Schweizer Ausstellern aber auch die Verbundenheit zur Igheo verknüpft. «Die hogatec bringt die internationalen Verbindungen, die IGHEO das nationale Geschäft». Allerdings: Während zur hogatec die Händler aus aller Welt anreisen, kommen zur IGHEO höchstens solche, die ohnehin gerade in der Nähe sind. Dennoch: «Die IGHEO darf man wegen des Schweizer Marktes nicht vernachlässigen», so sich die Eidgenossen einig. Kochproben sind über den PC steuern – damit erhofft sich auf der hogatec Grossküchenhersteller Elro neue Impulse für das Geschäft mit Spitälern, Altersheimen und Industrie. Die immer wichtiger wer-

dende Qualitätssicherung könne damit optimiert werden, sagt Elro-Sprecher Hubert Hartmeier. Zwar hofft Elro auch auf Interesse aus der Hotellerie, doch die ist nach seiner Meinung derzeit «in der schwierigsten Lage». Für Frankfurter Küchen macht die Basler IGHEO «etwa ein Fünftel von dem aus, was die hogatec bringt», sagt Rolf Hippen. Ob neuer Combisteamer oder Detailverbesserungen: «Der Preiskampf ist gewaltig».

Optimistische Schweizer

«Verhalten optimistisch» umschreibt für «jura» Stefan Scheurer die derzeitige Marktstimmung. Noch hoffnungsfroh zeigt sich Thomas Hofer von «PacoJet». Mit neuen Grössen ihres Multifunktionalgeräts will die Firma die «Kleingastronomie» erobern. Dieses Ziel hat auch «Agate» aus Comano mit einem neuen Spaghettikochautomaten im Visier. Die Klein- wie die Grossgastronomie, die Hotelbar und bald auch Carunternehmer will Nestlé mit seinem neuen Cafeterieverkaufssystem beglücken. Computergesteuert lassen sich darin nur Nestlé-Instant-Produkte bis zu 25 verschiedenen Kaffeearten verarbeiten. Im bitter umkämpften Markt der Kaffeemaschinen hofft Bernhard Künzler, Exportleiter von HGZ, für seine im obersten Segment angesiedelten «Rex-Royal»-Geräte ebenso auf grosses hogatec-Echo wie Reinhard Wildner von Schaefer. Da bei Schaefer mehr als 50 Prozent der Produktion in den Export gehen, ist für dieses Unternehmen die hogatec besonders wichtig.

Internationale Kundschaft

Einen grossen Stellenwert misst Peter Pfenniger von der Beer-Grill AG dem Auftritt auf der hogatec bei. Seine Firma hat sich aus dem Zusammengehen mit Max Bertschinger neu positioniert und

hofft auf gute Akzeptanz bei den internationalen Messebesuchern. Erstmals auf der hogatec der Textilhersteller Tisca. «Wir haben nur gute Referenzen über die hogatec und hoffen auf Interessenten für unsere Spannteppiche, Vorhang- und Möbelstoffe, insbesondere in der Hotellerie», bekennt Andreas Winkler. 10 000 Franken «all inclusive» rechnet er für seinen hogatec-Auftritt. Ganz und gar mit Schweizer Fähnchen ausgeschmückt: Hiestand «Der Schweizer Bäcker». Im Gespräch jedoch betont Bernd Schmitt, man sei inzwischen ein «rein deutscher Unternehmen» – mit Schweizer Vorfahren. Der erste hogatec-Auftritt vor zwei Jahren sei «Anlass genug, auch in diesem Jahr wieder dabei zu sein» – mit food, obwohl überwiegend Technik geboten wird. Zur Technik zählt natürlich auch die Datenverarbeitung. Landis und Staefa steht noch mit dem alten Namen Landis und Gyr auf der Messe, will sich vor allem aber als Teil des Firmenverbundes «consens» für «Komplett-Lösungen für das ganze Hotel» präsentieren. Auch «Burns&Gimble Software» aus Sursee bietet schweizerische Warenwirtschaftssysteme. Hier wird die hogatec als «Treffpunkt der Entscheider» gelobt, auf dem die «Kontakte für spätere Verkäufe» geknüpft werden. Solis und Spring, beide zum zweiten Mal auf der hogatec vertreten, waren beeindruckt vom Interessenten-Zustrom aus Fernost. Auf die Macht der Düfte in einer von Rezession gebeutelten Zeit setzt Beat Grossenbachers Grorymab AG aus Wangen an der Aare. Gute Düfte, so hätten wissenschaftliche Studien ergeben, würden die Verweildauer in Verkaufsräumen und Hotels verlängern, würden das Wohlbefinden verstärken und damit die Kaufbereitschaft vergrössern. Auf eine so gute Nase hoffen eigentlich alle auf der hogatec. Und nicht nur dort...

Berg-Drehrestaurants

Gemeinsamen Dreh finden

Die weltweit drei einzigen Berg-Drehrestaurants spannen zusammen: Die Gewinne des gemeinsamen lancierten Wettbewerbs werden von Mercedes-Benz gesponsort. Auch Railtour Suisse wirbt für den «Schweizer Club der Drehrestaurants».

Die drei Drehrestaurants «Piz Gloria» auf dem Schilthorn, «Allalin» oberhalb von Saas-Fee und «Kuklos» bei Leysin vereinen sich unter dem international verständlichen Slogan «panoramiques, gastronomie». Die erste Werbeaktion wird gemeinsam mit Mercedes-Benz (Schweiz) AG realisiert: Es handelt sich um eine Verlosung u.a. des ersten «All Activity-Vehicles» von Mercedes, frisch eingeführt aus den USA. Teilnahmeberechtigt am Wettbewerb sind alle, die einen Stempel von den Besuchern der drei Drehrestaurants vorzeigen können.

Aber auch einer der grössten Incoming-Reiseveranstalter, «Railtour Suisses», scheint von der Aktion angetan und verkauft ganz neu unter dem Motto «Dreh-scheibe Schweiz» ein Vier-Tagesprogramm inclusive Besuch der Drehrestaurants. Mit einem deutsch- und einem englischsprachigen Prospekt sollen internationale Reisebüros und Individualreisende gewonnen werden.

Internationale Kontakte

In Zukunft planen die drei Unternehmen noch weitere Aktivitäten, beispielsweise gemeinsame Messeauftritte. Zudem wird unter dem Namen «Revolving Restaurants Club» beabsichtigt, längerfristige internationale Vereinigungen aller Drehrestaurants ins Leben zu rufen. Peter Schauwecker, Marketingleiter der Schilthornbahn AG, schätzt die Anzahl der Drehrestaurants international auf knapp 50. Die ersten Kontakte mit Deutschland, Korea, Japan, USA sind bereits erfolgt. Vor allem in der Wintersaison müssen die Drehrestaurants um ihre Umsätze kämpfen. Die Investitionskosten sind aus Gründen des Standorts extrem hoch. «Beim Piz Gloria wird zu Lasten der Schilthornbahn kalkuliert», erklärt Schauwecker die Mischrechnung. Das Drehrestaurant muss nur die variablen Kosten erwirtschaften. GSG

Pizzamesse

Messe für Pizzabäcker

Im kommenden Januar findet in Berlin erstmals eine Fachmesse für Pizza statt. Die PizzaTec 97 soll Aussteller aus Produktion und dem Produktbereich aus der ganzen Welt vereinen.

Aussteller aus der Schweiz, aus Italien, Frankreich, Deutschland, England und den USA haben sich fest zur ersten Internationalen Fachmesse für Pizza und Pizzerien angemeldet, die unter dem Namen «PizzaTec 97» vom 24. bis 27. Januar in Berlin veranstaltet wird. Doch für diese «einmalige Fachveranstaltung», so die Berliner Messeleitung, träfen auch jetzt schon «Anfragen von Besucherseite aus ganzen Welt ein». Die Messe will Produkte, Techniken und Ausstattungen im gesamten Pizzabereich zeigen. Als ideller Träger der Veranstaltung wurde der Europäische Verband der Pizzabäcker APES (Associazione Pizzaioli e Similari) mit Sitz in Mailand gewonnen. Kooperationspartner ist das Fernsehen TFI aus Frankreich.

Hartumkämpfer Markt

Als Erweiterung des engen Themas Pizza will «PizzaTec 97» auch die Pizza passenden Getränken, die für Zubereitung und Verkehr nötigen Geräte, Möbel und Öfen sowie Geschirr und Ausstattung präsentieren. Ausserdem ist Raum für Franchiseunternehmen im Pizzabereich und Fahrzeuge für mobilen Pizzaverkauf auf der Berliner Messe vorgesehen. Ob die PizzaTec als Fachausstellung neben den starken Messen wie hogatec, Anuga oder Internorga auf dem hartumkämpften deutschen Markt bestehen kann, wird allerdings von Messespezialisten bezweifelt. GU

HOWEG TOP-ANGEBOTE

PLANTEURS REUNIS
Succès de la Suisse
8001 EDITION

041 444 22 22
081 323 11 81

041 444 22 23
081 322 29 77

32.50*
Hakle Prof-Line
COMFORT
Sa 48 RI

1.05*
Granador
Orangensaft
Jus d'orange
Succo d'arancia
Cl 12 Paq L

21.95*
Suchard
Express Portions
Cl 100 Port

FOOD

Excellency
Gulaschsuppe
Cl 6cl/1 Ds
Ds **13.90***

Suchard
Napolitane
Cl 2cl 5 kg
Cl **79.95***

Gehrig
Salami Tipo Milano
kg **13.90***

Hero
Kartoffeln ganze
Cl 2cl 5 kg
Cl **9.90***

Uncle Ben's
Exquisotto
Sa 5 kg
Sa **2.85***

Sasso
Olivetti 100 cl
Cl 10 Ds
L **11.90***

Knorr
Sauce Demi-glace
Box 24 kg
Box **299.00***

Excellency Gulaschsuppe 3/6
Cl 12cl Ds
Ds **1.90***

Excellency Steinsuppe in Scheiben
Sa 500 g
Sa **11.90***

Stadtmühle Mais mittel
kg **1.59***

Salami Tipo Nostrano
kg **15.50***

Hero Lasagne 3/1
Cl 4cl/1 RI
RI **21.90***

Olivetti Sasso 300 cl
Cl 4 Ds
Ds **33.80***

Olivetti Sasso Gold 100 cl
Cl 6 FI
FI **12.95***

Fleischbouillon Spezial
Kg 30 kg
Kg **495.00***

Würstchen Aromat
Cl 6cl kg
kg **259.00***

Grischuna Bündnerfleisch 1/2 vac
kg **35.50***

CAVE

Granador
Orangen Nectar Tetra
Cl 12 Pa L **0.89***

Grand Schiner
Dile 1995
FI 75 cl **11.40***

Fendant 1995
FI 75 cl **9.90***

Pommery
Pommery Brut
Cl 6 FI 75 cl **26.90***

Bols-Cynar-Ballantine's AG
Cynar 16.5%
Cl 6 FI 100 cl **aktuell**

Tela
Hakle Prof-Line, Ziegig
Compact Recycling
Sa 48 RI **29.90***

Tela Hakle Prof-Line Super Viazig
Ziegig
Sa 50 RI **31.90***

Bacardi-Martini SA
Vermouth Martini 15.5%
Cl 6 FI 100 cl **aktuell**

Vermouth Martini 15.5% weiss
Cl 6 FI 100 cl **aktuell**

Vermouth Martini 15.5% rosé
Cl 6 FI 100 cl **aktuell**

Bacardi-Martini SA
Light Dry 27.5%
Cl 6 FI 70 cl **aktuell**

Gold 27.5%
Cl 6 FI 70 cl **aktuell**

Premium Black 27.5%
Cl 6 FI 70 cl **aktuell**

Pommery Brut
Cl 12 FI 37.5 cl **16.50***

Pommery Brut rosé
Cl 6 FI 75 cl **34.90***

Vermouth Martini Dry 15.5%
Cl 6 FI 100 cl **aktuell**

NON-FOOD



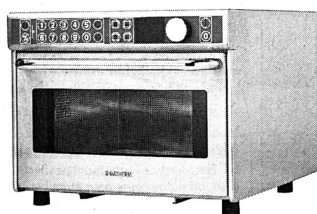
Exquisotto

ist während 3 Stunden servierbar.

- 45% Ihrer Gäste möchten öfter Risotto essen (Quelle IHA GFM 96)
- Exquisotto ist der Reis aus Italien mit der 2- bis 3-stündigen Servicezeit bei gleichbleibend hoher Qualität
- Exquisotto ist die Alternative für fleischlose Menus
- Exquisotto garantiert eine hohe Küchenrendite



GIGATHERM



Die starke
schnelle
Schweizer
Welle

Der neue COMPACT von GIGATHERM

Die Schweizer Antwort auf die fernöstliche Herausforderung heisst COMPACT 1600.

Die Trümpfe des megastarken 1 – 2 Teller-Mikrowellengerätes: weltweit die Nr. 1 beim Auftauen von Tiefkühlispeisen dank dem revolutionären OP-Stufenschritt, 1600-Watt-Leistung, einfache Programmierung, starkes Preis-/Leistungsverhältnis.

Interessiert?

Hugentobler
hat weitere
Informationen.

HUGENTOBLER
Kochsysteme HG 2000*

Aarestrasse 13 • 3627 Heimberg
Telefon 033 37 75 73 • Fax 033 37 75 72
ab 9.11.96 Telefon 033 437 75 73 • Fax 033 437 75 72

Wie
werden
Sie
Ihre
alte
Pfanne
los?

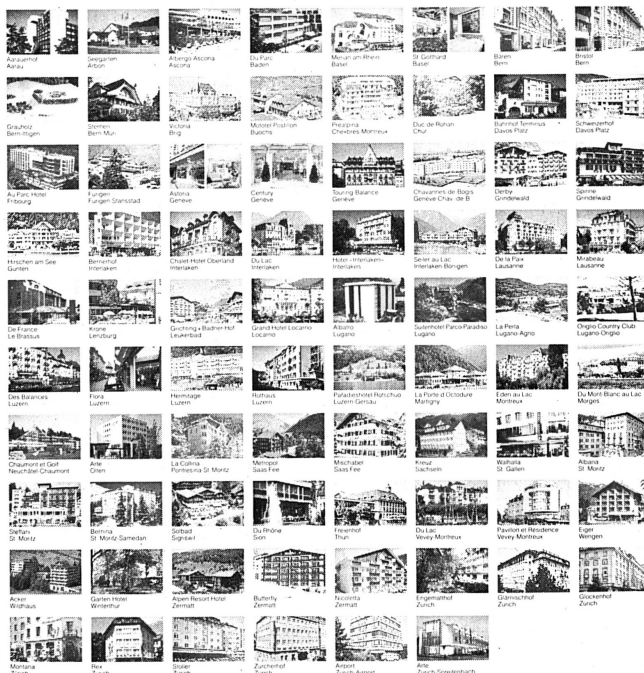
Mit
einem
Inserat
im
«Bazar»
der
hotel +
tourismus
revue

**Spende Blut.
Rette Leben.**



BEST WESTERN SWISS HOTELS

More than 70 properties THANK YOU for
coming to the TTW 1996 in Montreux!



Did you get your copy of our new **WINTER-SPECIAL** with
more than 30 attractive packages for Switzerland?
For further information please call 031 378 18 18.

Best Western Swiss Hotels, Mühlemattstrasse 53, Postfach 14, 3000 Bern 14, Tel. 031 378 18 18,
Fax 031 378 18 39, Internet: <http://www.bestwestern.ch>

Personal- freundlicher ist effizienter

Gästezimmer mit dem funktionalen, gewissen Etwas sind schnell ein- und umgerichtet und strahlen vor Gastfreundlichkeit.
diga ist ihr erfahrener Möbelfachpartner.



ENGROSMÖBELZENTREN

8854 **Galggenen**/SZ 4614 **Hägendorf**/Olten 9532 **Rickenbach**/Wil 6032 **Emmen**/Luzern 1701 **Fribourg**/Nord 8600 **Dübendorf**/Zürich
Tel. 055/66 11 11 Tel. 062/46 26 41 Tel. 073/23 64 77 Tel. 041/55 10 60 Tel. 037/26 80 80 Tel. 01/822 22 26

BON 89/TOP

anmelden an

diga, Info-Service, 8854 Galggenen

Schicken Sie mir bitte **gratis**

☐ den 16seit. Gästezimmer-Prospekt

☐ 84seit. Gastronomöbel-Katalog

☐ den 32seitigen Bettwarenprospekt

Name _____

Strasse _____

PLZ _____

Verrechnung über den Fachhandel

zu richten an: Tel.

FINANZIELL ERFOLGREICHE,
welterfahrene Hotelkette, 44, sucht im gegenseitigen Interesse Kontakte mit gutsituierten, ehrgeizigen und anspruchsvollen Investoren und Eigentümern. Antworten sind freundlicherweise zu richten an: Tel: +32 (02) 777.55.23

Holiday Inn verwaltet 58 Hotels in Europa,
dem Mittleren Osten und Afrika. Und wir bringen Erträge!

Um zu erfahren, wie diese Erträge auch für Sie von Vorteil sein können,
rufen Sie bitte an unter Tel +32 (02) 777.55.23

Holiday Inn
WORLDWIDE

Woluwe Office Park 1, Rue Neerveldstraat 101-103, 1200 Brussels, Belgium.

Fax: +32 (02) 777.56.03 e-mail: hiwmmktg@tornado.be

Wenn Sie hoch hinaus wollen, lesen Sie die hotel + tourismus revue

EVERYOUNG
Qualitäts - Fitnessgeräte
zu unglaublichen Preisen!
dank Direkt - Import und - Verkauf.

ab Fr. 890.- bar
ab Fr. 470.- bar
ab Fr. 340.- bar
ab Fr. 178.- bar

Elektro-Laufband mit Computer
ab Fr. 1980.- bar

für Heim, Hotel und Fitness - Center
Besuchen Sie unseren **Showroom**,
oder verlangen Sie Unterlagen bei
ACKERMANN AG Abt. F.
An der Strecke Aarburg - Olten
Postfach 110, 4600 Olten
auch Samstags geöffnet
Tel. 062 791 51 41
Fax 062 791 38 08

Beschriftungen
Selbstklebende Buchstaben
+ Folien, wetterfest, in allen Farben + Größen
für innen + aussen 5722 Gränichen
für jeden Zweck 17.20 062/942 25 02 062/942 38 71 **Ottlik**

Université pour bactéries
Les bactéries ne se laissent pas instruire.
ABA offre des cours pour êtres humains.
ABA SA - Hygiene Control Company
Infoline 0 844 811 922 à tarif local

Direkt vom Hersteller
Tischdecken
Hotel-Bettwäsche
Berufskleidung & Speisekartenmappen
KACHELE
Hindenburgstr. 19, D-89150 Laichingen
☎ 155 3401 (gebührenfrei), Fax 0049-7333 7556

comtello



telcoma Angehrn + Wyss Co.
Wilerstrasse 73, 9200 Gossau
Tel. 071 388 69 11, Fax 388 69 19

kaufen statt mieten
mit Münztelefon Gewinne erzielen

- Wir haben lieber Bargeld, als ungedeckte Kreditkarten! - Sie auch? - Dann brauchen Sie ein **comtello**-Münztelefon!
- Sparen Sie die Mieten für ein Pubilon und die dazu aufgewungene Amtseinstellung nicht nur für 6 Monate, sondern für immer! Im Zeitraum von 5 Jahren ergibt dies Einsparungen von Fr. 3000.- bis Fr. 5500.-
- Dank frei programmierbaren Taxzuschlägen verdienen Sie pro Gespräch nicht nur 50 Rappen. Das **comtello** wirft erstaunliche Gewinne ab!
- Keine Servicekosten! Sie beheben normale Münz-Störungen problemlos selber. Kauf oder Leasingvertrag. Vertragsdauer 4 Jahre, ab Fr. 58.- monatlich inkl. MWST

Vorteile: kein Kartenrisiko, keine endlosen Mieten, keine separate Amtseinstellung, schnell amortisieren, Gewinne erzielen

Weihnachtsfeiern

Viele kleine Feiern unter einem Dach

Im schwieriger werdenden Geschäft mit den Weihnachtsfeiern haben drei deutsche Gastronomen jetzt ein richtungsweisendes Konzept entwickelt. «Einzelne Gruppen, die eine Weihnachtsfeier gestalten wollten, wurden immer kleiner, die kleinen Räume reichten nicht aus, die grossen Säle aber blieben leer», fasst einer aus dem Trio die Erfahrungen zusammen.

GEORG UBENAUF

In den «Ratsherrenstuben» in Hattersheim bei Frankfurt am Main wurde eine neue Idee geboren: Der 300 Plätze fassende Saal der Stadthalle wird

zum Weihnachtsspektakel umgerüstet: «Christmas Time in Hattersheim» heisst das ganze und wird an Familien, Vereine, Sportclubs, Firmen, Gruppen und Einzelpersonen verkauft. Dahinter stehen die Gastronomen *Friedhelm Vogt, Horst Weyrich und Brigitte Weiss*. Die hatten im vergangenen Jahre eine Testveranstaltung für ihr Vorhaben gestartet, waren von der positiven Resonanz so überrascht, dass sie eine Wiederholung auch noch gut verkaufen und für dieses Jahr ihr Christmas Time nun durchgängig vermarkten.

111 DM kostet eine Eintrittskarte. Darin ist für den Gast ein festliches Buffet, das komplette Angebot an Sekt, Weinen, Bier, Wasser, Säften, Kaffees sowie eine grosse Unterhaltungsshow mit Satire, Kabarett, Revue, Musik und weihnachtlich-ernsten Elementen enthalten. Spi-

tuosen müssen extra gekauft werden. In der Vorweihnachtsdekoration an den Wänden sind Marktstände eingebaut, in denen es Geschenke und Weihnachtsschmuck, erzgebirgische Holzkunst und Weihnachtskerzen zu kaufen gibt. Von den Umsätzen dieser Fremdfirmen verlangen die Veranstalter 15 Prozent, vom Fotografieren und der fremdvergebenen Garderobe 10 Prozent.

Zusatzgeschäft mit Souvenirs

An 17 Abenden, vom 29. November bis 21. Dezember, findet Christmas Time in Hattersheim statt, mit jeweils maximal 280 Gästen – das wären im Optimum 4760 Besucher. «Den Break-even-point hätten wir aber schon bei 3500 erreicht», gesteht Vogt. 1500 Festbestellungen bekam er bereits nach den ersten Mailings. Gruppen ab sechs Personen wird garan-

tiert, dass sie zusammensitzen können. Zur Begrüssung gibt es einen Weihnachtspunsch in einem extra für diese Feiern entworfenen Becher. Die Becher können als Souvenir gekauft werden – die Veranstalter versprechen sich auch daraus einen Zusatznutzen von 1000 DM. Die Showgruppe Panoptikum, die für die 17 Abende verpflichtet wurde, ist in der Region um Hattersheim beliebt und begehrt, so dass ihre Magnetwirkung als gesichert angenommen werden kann. Immerhin kostet die Truppe rund 30 000 Mark. Für Dekorationen veranschlagen die Veranstalter 18 000 DM, für Werbung, Inserate und Mailings über 33 000 DM. Der Wareneinsatz fürs Buffet wurde mit 26.50 DM, der für die Getränke mit 18.50 DM pro Gast kalkuliert. Für anteilige Raumnutzung und Bürokosten wurden 11 000 DM, für Sonstiges 8000 DM in die Kalkulation eingesetzt. Die Personalkosten Küche liegen bei 25 000 DM, Personalkosten Service und Verwaltung bei 50 000 DM. Denn: Trotz des Buffets soll ein aufmerksamer Service sowohl beim Getränke-Ein- und Nachschicken wie bei der Auswahl garantiert werden.

Investition für die Zukunft

Geht alles nach Plan, bleibt dem Christmas-Time-Trio Vogt, Weyrich, Weiss ein Nettoergebnis von 79 095 DM. Alle drei betrachten den Start in diesem Jahr jedoch als Investition in eine längere vorweihnachtliche Zukunft. «Das Konzept ist stimmig», sind sich die drei einig, «wir werden es über mehrere Jahre durchziehen können, sicherlich mit Veränderungen und den Gästewünschen angepassten Verbesserungen». Zur Werbung wurde die örtliche Presse eingeladen, um das neue Konzept «viele kleine Weihnachtsfeiern unter einem grossen Dach» auch im grösseren regionalen Rahmen publik zu machen. Umliegende Gastronomen jedenfalls waren besonders aufmerksame Beobachter schon der ersten «Christmas»-Schritte in Hattersheim. Die Optimierung von Infrastrukturen in der Gastronomie wird nicht nur von den drei Konzeptern zukunftsweisend betrachtet. Das Modell könnte auch in der Schweizer Gastronomie Schule machen.



Weihnachtsfeiern für mehrere Betriebe unter einem Dach mit grossem Sparpotential für die einzelnen Partner und einer optimalen Raumnutzung. Foto: zvg

Marcellino's Restaurant-Report 97

«Blaue Ente» in Zürich am beliebtesten bei den Gästen

Zürich verfügt neu über einen Gourmetführer mehr und diesmal vom Heyne-Verlag in München: In Marcellino's Restaurant-Report Zürich 1997 beurteilen Gäste 250 Lokale vom Essen bis zur Ambiente. Die «Blaue Ente» führt die «Top Ten» der beliebtesten Lokale an.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die «Marcellino's-Gastroführer» vom Heyne-Verlag in München umfassen weltweit mittlerweile 18 Bände. Zürich ist jetzt nach New York und Atlanta die dritte Metropole ausserhalb von Deutschland. Angesprochen werden soll im Gegensatz zum Gault Millau oder zum Passepoit Bleu vor allem die junge Generation zwischen 20 und 30 Jahren. Der jüngste Gastroführer ist demzufolge kein Konkurrent zu Gault Millau oder Michelin, sondern vielmehr eine Ergänzung dazu. 250 Restaurants, Bistros, Kneipen, Treffs und Nightlifelokale werden in dem 176seitigen Taschenbuch präsentiert. Die Auflage für die Stadt Zürich lässt sich sehen: Sie soll annähernd bei 10 000 Exemplaren liegen. Begründer des demokratischen Gastroführers ist Marcellus Hudalla, der 1988 mit dem ersten Büchlein in Düsseldorf startete.

Keine Profitester

Beurteilt werden die kulinarischen Oasen für einmal nicht durch professionelle Testesser, sondern durch die Gäste selbst. Bis zum Testschluss eines Marcellino's können alle, die gerne essen gehen, ihr kulinarisches Votum mittels Testchecks – über eine Bestellkarte im

Marcellino's beziehbar – in den vier Bewertungskategorien «Essen», «Trinken», «Service» und «Ambiente» abgeben. Der Restaurant-Report bietet für seine 19 Franken verschiedene Leitfäden: Von A bis Z findet der Leser je nach Lust eine Auflistung der Lokale nach Themen – von «amerikanisch» bis «Zicklein». Oder eine ausführliche Darstellung der Restauration mit Betonung und verbaler Beschreibung «à la Gault Millau».

Gäste und ihre Favoriten

Fünf Hitparaden der Restaurants bietet der Marcellino's Report zudem: Die «Top Ten» der Beliebtesten führt die «Blaue Ente» in Zürich an. «Die Besten» – gemäss Gästebewertung – werden nach Preiskategorie unterschieden: «Petermann Kunststube» (Luxus), «Il Giglio» (Gehoben), «Neumarkt» (Preiswert) stehen jeweils an der Spitze. Eine «Flirt-Hitparade» rundet das Nachleben in Zürich ab: Hierbei hat das Trendlokal «Sixty-One» den grössten Erfolg zu verzeichnen. Beim ersten Probeauf des Marcellino's 97 wurden die Bestellkarten für die Testbögen der Zürcher «Werbewoche» beigelegt. «Somit profitiert der erste Marcellino's in Zürich auch vom Vokabular der Werbetexter», argumentiert Carlo Bernasconi, Lokalredaktor für den Marcellino's neben Martin Walker. 188 Tester gaben insgesamt 1213 Urteile ab. Von den Lokalredaktoren wurden die Ergebnisse der gastronomischen Tests ausgewertet und bei Bedarf korrigiert. Die Gäste werden finanziell nicht entschädigt, bei sieben geprüften Lokalen kann jedoch gratis ein Marcellino's bezogen werden. Der Marcellino's finanziert sich über den Verkauf und einigen wenigen Konsuminsatzen.

Obwaldner «Buirächuchi»

Bäuerinnen kochen im Hotel für Gäste

Die kochenden Obwaldner Bäuerinnen und der Direktor des Hotels Krone in Sarnen, Bruno Bachmann, werden während der Aktion «Gluschtigs us dr Obwaldner Buirächuchi» vom 28. Oktober bis 3. November doppelt gefordert sein. Nach der Bauern-Demonstration in Bern gilt es, «nichts anbrennen» zu lassen und für eine zumindest lokale Imagekorrektur des Bauernstandes zu sorgen. Unlängst erklärtes Ziel der Aktion war es: Solidarität zum Bauernstand zu bekunden. Die Zusammenarbeit von Produzent und Verbraucher aufzuzeigen und eine Alternative zum Fast-Food-Trend anzubieten. Nun ist das «Kronen»-Team wirklich gefordert.

Im Restaurant Batzenhof der «Krone» bieten die bezahlten Bäuerinnen eine Woche lang ihre Lieblingsgerichte an. Wenn möglich kommen die verwendeten Produkte direkt von den involvierten Bauernhöfen und sind zu handelsüblichen Preisen einkaufbar, so Bachmann. Die verschiedenen Gerichte sind in einem Menu- und Rezeptbüchlein (Auflage 5000 Exemplare) zusammengefasst. Die Aktion kam zustande, nachdem im Jubiläumjahr 1995 der Aktion «Gäste kochen für Gäste» ein grosser Erfolg beschieden war. Damals hatten Gruppierungen wie die Fasnachtsgesellschaft, Politiker, Feuerwehr, Fussballclub und Hauswirtschaftslehrerinnen für Gäste ihre Lieblingsgerichte gekocht. Zehn Franken pro Essen (Total 3000 Franken) gingen an die Kinderhilfe-Organisation Terre des hommes. I/Y

KULIMARIUM

25.09.–03.11.	Wildwochen	Bahnhof Restaurants, Basel
28.10.–03.11.	Obwaldner Buirächuchi	Hotel Krone, Sarnen
18.09.–06.11.	Wild-Spezialitäten	Hotel Waldhaus Dolder, Zürich
14.10.–10.11.	Brasilianische Spezialitäten	Hotel Johanner, Rest. Bolero, Luzern
25.10.–17.11.	Indian Summer	Mövenpick Casino, Bern
06.11.–20.11.	Martinigans	Hotel Waldhaus Dolder, Zürich
03.10.–28.11.	Koreanische Spezialitäten	Marché Mövenpick Rest., Schweiz
18.09.–30.11.	Wildspezialitäten	Landgasthof Hirschen, Ramsen
01.11.–30.11.	Weinkraut-Spezialitäten	Hotel Mövenpick, Regensdorf
29.10.–01.12.	Italienische Gerichte/Weine	Aarauherhof, Aarau
06.11.–03.12.	Thailand Wochen	Seminarhotel am Ägerisee, Unterägeri
25.09.–04.12.	Dänisches Lachs-Festival	Kongress + Kursaal AG, Bern
15.11.–08.12.	Metzgere	Hotel Seerose, Meisterschwanden
20.11.–18.12.	Hummer und Meeresfrüchte	Hotel Waldhaus Dolder, Zürich
05.11.–22.12.	Meeresfrüchte	Bahnhof Restaurants, Basel
28.11.–22.12.	Reis- und Currygerichte	Aarauherhof, Aarau
01.12.–31.12.	Langusten-Variationen	Hotel Mövenpick, Regensdorf
04.12.–03.01.	Schmitzfestival	Landgasthof Hirschen, Ramsen
07.01.–02.02.	Rösti-Wochen	Aarauherhof, Aarau
04.02.–02.03.	Aargauer Spezialitäten	Aarauherhof, Aarau
03.01.–07.03.	Bündnerspezialitäten	Landgasthof Hirschen, Ramsen

Feldschlösschen

Massiver Stellenabbau

Die Feldschlösschen-Gruppe, Nummer eins im Schweizer Biermarkt, wird umstrukturiert. Die Produktion wird konzentriert und bis 1998 werden 680 Stellen abgebaut.

Die seit Monaten erwartete Umstrukturierung der Feldschlösschen-Gruppe wird Wirklichkeit. Als wesentliche Pfeiler der Reorganisation beim Marktleader werden die Konzentration der Bierproduktion auf die zwei Standorte Rheinfelden und Sion bezeichnet. Die Standorte Bern, Zürich und Fribourg werden aufgegeben. Gleichzeitig kündigte der Getränkehersteller und Vertrieber bis Ende 1998 einen Stellenabbau von 680 Arbeitsplätzen an. Mit diesem einschneidenden Massnahmen können laut einer Mitteilung des Unternehmens jährlich rund 60 Millionen Franken eingespart werden. Ausgangspunkt für die notwendig gewordene Neuausrichtung sind einerseits tiefgreifende Veränderungen auf dem Schweizer Getränkemarkt und andererseits die nicht mehr zeitgemässe Konzernorganisation, verursacht durch die Akquisition von Sibra und die Fusion mit Hürliemann. Das Markensortiment der Gruppe soll jedoch auch in Zukunft erhalten bleiben. Neben Feldschlösschen als nationale Marke werden weiterhin Cardinal als überregionale und Gurten, Hürliemann, Löwenbräu, Wartec und Valaisanne als regionale Sorten produziert werden. Im abgelaufenen Geschäftsjahr per Ende September musste die Nummer eins im Schweizer Biermarkt einen mengenmässigen Rückgang im Bereich Bier von 6 Prozent verbuchen. Bei den alkoholfreien Getränken beläuft sich die Verminderung im Vorjahresvergleich auf über 10 Prozent. Mit der neuen Funktion als Direktionspräsident wurde der 52-jährige Gérard Stalder betraut. SW

Rinderwahnsinn

Übertragung wahrscheinlich

Die Rinderseuche BSE ist mit grösster Wahrscheinlichkeit auf den Menschen übertragbar. Dies geht aus einer britischen Studie hervor, die vor wenigen Tagen publiziert wurde.

Die im Frühjahr von der britischen Regierung geäußerte Vermutung, wonach die Rinderseuche BSE beim Menschen die Creutzfeldt-Jakob-Krankheit (CJD) verursachen kann, entspricht wahrscheinlich der Tatsache. Eine in der vergangenen Woche veröffentlichte Studie des britischen Wissenschaftsmagazins Nature erhärtet den Verdacht der Regierung in London. Laut der Studie haben Wissenschaftler die biochemischen Signaturen von Prionen, die aus dem Hirn von erkrankten Menschen stammen, mit Prionen von Mäusen, die zuvor mit BSE infiziert wurden, verglichen. Das Ergebnis: Die Signaturen weisen gewisse Ähnlichkeiten auf, unterscheiden sich aber von jenen, die man bei Menschen fand, die an der sporadisch auftretenden Creutzfeldt-Jakob-Krankheit gestorben sind.

Versuche mit Schafen

Das bedeutet einerseits, dass die Prionen von BSE und der neuen CJD-Variante möglicherweise identisch sind. Damit wird die Befürchtung gestützt, wonach die 14 Menschen, die an der neuen CJD-Variante erkrankt und gestorben sind, in den 80er Jahren durch den Verzehr von Rindfleisch infiziert wurden. Diese These wird auch von Charles Weissmann, Professor für Molekularbiologie an der Universität Zürich und Vorsitzender der BSE-Expertengruppe der Europäischen Union, bekräftigt. Weissmann schlägt nun vor, die Versuche auf Schafe auszuweiten, da diese ebenfalls mit kontaminiertem Tiermehl gefüttert wurden und theoretisch auch Menschen infizieren können. Die jüngsten Erkenntnisse haben jedoch keine neuen Massnahmen zur Folge. SW

La fête des terroirs

Gastronomia'96 réunit les plus grands chefs de Suisse, les sociétés leaders suisses et internationales et tous les professionnels de la branche pour un rendez-vous chaleureux, où se préparent vos futurs succès.



Gastronomia'96 versammelt die berühmtesten Schweizer Küchenchefs, Leaders und Fachleute der Branche, um in herzlicher Atmosphäre erfolgreiche Geschäfte zu machen.

BEAULIEU-LAUSANNE
23 - 27 NOVEMBRE
10.00 - 18.30

10 ans Gastronomia'96

Menu d'anniversaire

- ◆ **LA FÊTE DES TERROIRS**
Le goût inimitable des produits et des recettes qui font la richesse des terroirs d'ici et d'ailleurs.
- ◆ **RESTAURANT GASTRONOMIA**
Les plus grands chefs aux fourneaux : un must pour les amoureux de la gastronomie.
- ◆ **FORUM DES GRANDS CHEFS**
Tous dévoilent leurs tours de main devant les caméras.
- ◆ **FRAIS DE LA MER**
La grande vague des poissons, fruits de mer et crustacés.
- ◆ **LA TRUFFE D'OR**
Spectaculaire Championnat suisse du dessert, organisé par les confiseurs-pâtisseries-glacières et première Coupe d'Europe des jeunes confiseurs.
- ◆ **LES SÉSAMES DE L'ACCUEIL**
Dans le cadre de la Fête des terroirs, les distinctions 1996 récompensent l'authenticité, avec le soutien de Pro Gastronomia, une fondation Nestlé.
- ◆ **LE PAVILLON DU CIGARE**
La première «cigarothèque» réunissant les plus fameuses marques de cigares : Davidoff (Oettinger Imex Ltd), Dannemann (Burger Söhne AG), Villiger (Villiger Söhne AG).
- ◆ **INFOTEL**
Sous l'égide de l'Ecole hôtelière de Lausanne, un décor créatif pour les nouveautés de l'informatique, de la communication et bureautique.
- ◆ **AMBIANCE DE FÊTE**
Les concours des apprentis sommeliers et cuisiniers, organisés par l'Union Helvetia.
- ◆ **CONFRÉRIE DU GRUYÈRE**
- ◆ **DAS «FÊTE DES TERROIRS»**
Der unvergleichliche Geschmack der Produkte und Rezepte, die hier wie dort den Reichtum der Terroirs bilden.
- ◆ **RESTAURANT GASTRONOMIA**
Die Küchenchefs mit Renommee am Herd: ein Muss für Feinschmecker.
- ◆ **FORUM DER MEISTERKÖCHE**
Sie alle lassen sich von den Kameras in ihre Töpfe gucken.
- ◆ **FRISCH AUS DEM MEER**
Fische, Meeresfrüchte und Schalentiere schlagen hohe Wellen!
- ◆ **DIE «TRUFFE D'OR»**
Spektakuläre Schweizer Dessert-Meisterschaft, durchgeführt von Konditor-Glacier- und Confiseurmeistern und erster Europapokal junger Confiseure.
- ◆ **DIE «SÉSAME» DER GASTLICHKEIT**
Im Rahmen des «Fête des terroirs» belohnen die von der Nestlé-Stiftung Pro Gastronomia unterstützten Auszeichnungen 1996 die Authentizität.
- ◆ **DER ZIGARREN-PAVILLON**
Die erste «Cigarothèque» vereinigt die berühmten Zigarrenmarken : Davidoff (Oettinger Imex Ltd), Dannemann (Burger Söhne AG), Villiger (Villiger Söhne AG).
- ◆ **INFOTEL**
Unter dem Patronat der Hotelfachschule Lausanne: ein kreativer Dekor von Neuheiten im Informatik-, Kommunikations- und Bürotechnikbereich.
- ◆ **FESTSTIMMUNG**
Von der Union Helvetia durchgeführte Wettbewerbe für Kellner- und Kochlehrlinge.
- ◆ **«CONFRÉRIE DU GRUYÈRE»**

Gastronomia'96

SALON INTERNATIONAL DE L'ALIMENTATION, DE LA RESTAURATION ET DE L'HÔTELLERIE
INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR LEBENSMITTEL, GAST- UND HOTELGEWERBE



BEAULIEU CP 89 1000 LAUSANNE 22



TEL 021/643 21 11 FAX 021/643 37 11

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Projet pilote pour Suisse Tourisme à Londres

Par son activité de marketing, Suisse Tourisme a l'intention d'améliorer le nombre des nuitées de 5% d'ici 1999. Pour ce faire, l'organisation doit s'efforcer de pratiquer un marketing dit «intégré» qui conduit de l'élaboration à la commercialisation du produit. Bien située, l'antenne de ST à Londres sera ainsi appelée à jouer un rôle pilote. Plusieurs tâches lui seront dévolues. D'une part, elle se chargera de la promotion et des activités de relations publiques et, d'autre part, de la vente de produits touristiques tels que les billets de transport, des forfaits ou des vignettes. Une organisation, intitulée «Switzerland Travel Centre», sera créée dans ce but et deviendra un centre de profits.

Page 1 et 3

Paul Reutlinger et Dick Marty: passage du témoin

Après avoir présidé Suisse Tourisme durant deux ans et demi, Paul Reutlinger s'appuie à transmettre le témoin à son successeur, Dick Marty, ancien procureur et conseiller national tessinois. Au cours d'un entretien exclusif accordé à notre hebdomadaire, les deux hommes se sont livrés à un échange de vues sur le tourisme suisse... et sur Suisse Tourisme. Bilan et perspectives, projets et tendances: l'ancien et le nouveau responsable des destinées de ST amènent une vision claire et constructive, mais aussi réaliste et parfois critique à l'endroit de l'économie touristique de la Suisse, de son image et de ses acteurs. Page 2

Classification hôtelière: volonté avant-gardiste

Le développement d'une nouvelle classification implique de repenser l'ensemble de la structure. En raison de l'évolution contextuelle et des tendances, le système à introduire se devra d'être résolument novateur. Un projet de longue haleine, discuté au cours de «hearings» organisés par la SSH, qui réunissent un grand nombre de représentants des branches intéressées la semaine passée à Berne. «La classification hôtelière est une des formes les plus importantes de coopération nationale entre PME. Un moyen, pour les hôtels qui n'appartiennent pas à des chaînes ou à des groupes, de recentrer leurs forces», a déclaré Christian Hodler, directeur-adjoint de la SSH.

Page 7

Grand Hôtel Quellenhof à Bad Ragaz: nouvel éclat

Dès samedi, le Grand Hôtel Quellenhof à Bad Ragaz rouvrira ses portes après des travaux d'une durée de 20 mois. Un chantier impressionnant, dans lequel 71 millions de francs ont été engagés s'achève ainsi, après une période de rénovation de l'ensemble du site du centre thermal et de golf durant près de huit ans, pour un investissement global de 180 millions de francs. Alfred E. Urfer, président et délégué du conseil d'administration a témoigné de sa satisfaction et de sa foi en l'avenir, soulignant notamment que «l'hôtellerie suisse devait éviter de vivre au jour le jour et conserver une vision à moyen et à long terme.»

Page 9

Les nouvelles tendances du SIAL 1996 de Paris

La 31e édition du Salon international de l'Alimentation (SIAL), qui s'est récemment tenue à Paris-Villepinte, a permis de constater que les Français, après les Britanniques, les Allemands et les Suisses, ont pris eux aussi conscience de la véritable dimension désormais atteinte par la maladie de la vache folle. Il n'est ainsi été beaucoup question de sécurité, de santé, et d'hygiène. L'authenticité des produits a plus que jamais été demandée. Les plats simples et préparés à l'avance, de même que les produits «bio» ont également occupé les regards de la scène. Ils ont parfaitement illustré les nouvelles tendances présentées par cette importante foire de l'alimentation.

Page 14

1st Switzerland Network Convention

Réseau de la performance concrétisé

La première édition de la «Switzerland Network Convention» s'est déroulée à Lausanne les 22 et 23 octobre. Cette seconde phase du système novateur de sensibilisation et de formation conçu par Suisse Tourisme (ST) pour les professionnels nord-américains a réuni 160 tours-opérateurs et agents de voyages. Une extension asiatique du réseau ne serait pas à exclure.

SANDRA JOYE

«C'est un système très nouveau pour le tourisme suisse. Il s'agit de développer un réseau de spécialistes de la Suisse qui, par leur connaissance du marché, soutiennent une vente prospective de nos produits. Le «Switzerland Network» compte aujourd'hui quelque 200 membres et notre objectif est de réunir un millier de professionnels «key account» d'ici à l'an 2000», explique Joe Bühler, concepteur du projet et directeur de ST Amérique du Nord. Des professionnels recrutés parmi les 30 000, respectivement 10 000, points de vente que comptent les États-Unis et le Canada, selon des critères sélectifs (membres certifiés CTC et IATA). Et volontaires puisqu'une modeste participation financière leur est demandée, soit 490 dollars pour la formation et 50 pour la cotisation annuelle. «C'est un facteur de motivation, souligne Joe Bühler, la gratuité enlèverait de sa valeur au projet».

Formation en trois phases

Le programme de formation, établi en collaboration avec l'ICTA (Institute of Certified Travel Agent) et le TAB (Travel Advisory Board), «ce qui garantit la crédibilité de l'opération», note Joe Bühler, se déroule en trois phases. Durant la première année, une préparation à domicile avec support vidéo et manuel interactif est sanctionnée d'un test pour l'admission à la seconde étape - baptisée «on the spot education» - qui permet de vérifier et d'élargir ses connaissances «sur le terrain», d'échanger avec les prestataires et de concrétiser son statut de spécialiste lors de la «Switzerland Network Convention». La troisième phase s'articule en termes de formation continue dans le cadre du soutien commercial de ST. Elle inclut des informations par fax personnalisées et via une «newsletter» bimestrielle, une ligne téléphonique gratuite abouissant au «help desk» mis à disposition auprès de ST New York et l'inscription au registre des membres du «Switzerland Network», lequel, last but not least, sera

SWITZERLAND NETWORK NEWS

Look no further, vacation! Look no further, Switzerland.

What about winter?

Whether you're considering your winter program or planning activities for next spring, the time to start gathering information is now.

And the best place to start? The first form included in this issue. It describes and lists all 30 member agencies of the Switzerland Network, travel agents, tour operators, hotel companies, tour operators, rail and air vendors. Just fill it in and send it back. All the up-to-date information you requested will be mailed to you immediately and free of charge.

Ski the legend - 10 Reasons to Book Switzerland

Why book? The lightest of the light is a true legend. In higher land, the snow is deeper, the views are more spectacular, the skiing is more varied. Spread the word, and you'll be skiing in Switzerland.

Look at the map. Switzerland is a small country, but it's big on skiing. It's the only country in the world where you can ski from the top of a mountain to the bottom of a valley.

Switzerland is a small country, but it's big on skiing. It's the only country in the world where you can ski from the top of a mountain to the bottom of a valley.

Tuyaux alpins brûlants pour un «marketing des neiges» à la une de la newsletter du «Switzerland Network».

Source: Suisse Tourisme

largement diffusé dans le cadre d'actions publicitaires et promotionnelles. Une opération dont la finalité réside bien sûr en un accroissement des ventes de la «destination Suisse», particulièrement dans le secteur des loirs.

Première lémanique

Le continent nord-américain, qui recèle le potentiel de quelque 285 millions d'habitants, est un marché traditionnel pour l'Europe, et qui plus est pour la Suisse, qui compte parmi les dix destinations les plus sollicitées hors continent. Ce marché réalise 4 à 6% des nuitées totales (marché intérieur inclus) dans notre pays. Pour la Région du Léman, avec 180 000 nuitées en 1995, il représente quelque 7% du mouvement touristique, ce qui le place entre le 3e et le 6e rang des marchés émetteurs. Son importance fluctue évidemment en fonction des destinations et s'avère donc plus importante pour les villes de Lausanne, Montreux et Vevey par exemple, en raison de leurs infrastructures destinées au tourisme d'affaires. Des infrastructures qui ont joué en faveur de la région et qui lui ont ainsi valu, de par l'intérêt et l'engagement manifesté par l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV) depuis plus d'un an, d'accueillir la première édition de la «Switzerland Network Convention». A noter que l'OTV fait donc partie des 30 membres et sponsors helvétiques du pro-

jet. Au sein du cadre général établi par ST, il incombait dès lors à l'OTV d'organiser le programme de détail de la manifestation. Une mission placée sous la responsabilité de François Michel, sous-directeur de l'OTV: «Notre objectif était de mettre sur pied un programme en phase directe avec les thèmes d'intérêt recensés par ST, dont les moyens de transport, la gastronomie et les vins, les lieux de séjour et la culture et l'histoire», a-t-il déclaré. Parallèlement au workshop,

«Température assez bouillonnante»

L'atmosphère était laborieuse lors du workshop de la «Switzerland Network Convention» le 23 octobre à Beaulieu. Les prestataires helvétiques, disposant du dossier remarquable établi par ST, lequel réunissait la fiche signalétique décrivant le profil des voyageurs, échangeaient avec ceux-ci au cours d'entrevues rythmées... par le traditionnel toupin. Le directeur de l'OT de Villars et président de l'ATAV, Eric Fassbind et Reynald Locca, directeur de l'OT de la Vallée de Joux, partageaient le stand «Alpes/Jura» de la Région du Léman. «A ma grande surprise, la température est assez bouillonnante», remarquait Eric Fassbind, quand bien même les Alpes vaudoises n'ont

l'agenda des participants a ainsi été copieusement complété: excursion dans le Lavaux, accueil au Montreux Palace et au château de Chillon, retour à Lausanne à bord d'un bateau de la CGN, dîner de gala au Musée olympique et brunch à la Maison du blé et du pain d'Echallens.

Vers une extension asiatique?

Charles-André Ramseier, directeur de l'OTV a notamment expliqué que «le réseau de contacts privilégié que représente le network sera entretenu et alimenté par les directeurs des OT locaux.» Claude Petitpierre, directeur de l'OT de Lausanne, a remarqué que «l'organisation d'un tel réseau ne se justifie que dans le cadre des marchés éloignés, qui nécessitent un transporteur». Il entrevoit en outre la possibilité de mettre en place à l'avenir une «chaîne de fidélisation» des clients suisses sur tous les marchés.

La Suisse n'est pas le premier pays à avoir développé un concept de ce type. L'Australie dispose d'un tel système, «plus promotionnel et moins éducatif», a souligné Joe Bühler. Le «Switzerland Network» s'étendra-t-il à d'autres marchés? «L'introduction sur d'autres marchés est prévue, confirme Joe Bühler, mais ceci est du ressort du siège de ST à Zurich... Pour le Japon et l'Asie, s'agit-il d'un USP, car nous serions véritablement les premiers. ST Zurich a peut-être la même idée...»

Système judicieux et qualitatif, le «Switzerland Network» développe ses connexions parmi les réseaux qui sillonnent notre «village planétaire», mais ne portera ses fruits que d'ici deux à trois ans. La prochaine «convention», quant à elle, aura lieu en septembre 1997, en un site qui reste à déterminer...

pas de réelle tradition au niveau de la fréquentation américaine, qui représente quelque 5% du total. Mais les voyageurs présents recherchent «something more» - de nouvelles destinations - et se montrent très intéressés. Certains spécialistes sont fiers de montagne. Un avis partagé par Reynald Locca: «La randonnée est très demandée, surtout pour des clients plus âgés. Il faut noter que peut-être 10% seulement des participants connaissent nos produits, mais ils veulent aller au-delà des classiques. Certains d'entre-eux déplorent d'ailleurs de ne pas avoir été orientés sur des destinations «à découvrir» dans le cadre du voyage d'étude individuel.»

S/J

Ascona

Boycott d'une revue touristique

L'article consacré au Tessin par la revue touristique allemande «Merian» n'a pas fini de susciter des vagues dans la localité d'Ascona. Cette dernière y est décrite en des termes peu amènes. Les libraires et les kiosques de la région ont par conséquent décidé de boycotter et de ne pas distribuer cette revue qu'ils estiment diffamatoire.

LAURENT MISSBAUER

«Merian» est une revue dont le format et le contenu ressemblent beaucoup à ceux de la revue «Géo». Son crédit est excellent, aussi bien en Allemagne qu'en Suisse allemande, et cela ne fait que raviver encore davantage les regrets de la population et des différentes entreprises touristiques qui ont été scandalisées par l'article consacré à Ascona dans le supplément publié sur le Tessin. Selon eux, cet article constitue une très mauvaise publicité pour Ascona. Révélées au début octobre par notre hebdomadaire, les réactions relatives à ce supplément de Merian consacré au Tessin ont récemment repris de plus belle dans le quotidien «Il Corriere del Ticino» qui cite plusieurs passages de l'ar-

ticle incriminé. Celui-ci prétend qu'Ascona n'est qu'un «refuge pour Allemands du troisième âge et que si la ville a conservé une certaine élégance, on ne peut plus dire aujourd'hui qu'elle soit belle.»

Commentaires peu élogieux

Aux dires de l'auteur de cet article, en l'occurrence Paula Almqvist, journaliste réputée du magazine allemand «Stern», les prix pratiqués dans les restaurants d'Ascona seraient tellement élevés que l'on peut s'estimer heureux de ne pas se voir facturer le morceau de sucre servi avec le café. Ces différents commentaires, tous très peu élogieux pour la région, ont été, on s'en doute, très mal accueillis par les instances touristiques d'Ascona. Interrogée par le «Corriere del Ticino», Verena Floerj, responsable des relations publiques à l'OT d'Ascona, a amèrement déploré qu'une revue touristique aussi prestigieuse que «Merian» ait publié un article qui n'a mis en évidence que les aspects négatifs d'Ascona. Et même si les kiosques et les libraires de la région ont boycotté la revue, celle-ci aura quand même contribué à donner une mauvaise image d'Ascona en Allemagne et en Suisse allemande, là où la localité tessinoise recense justement la majeure partie de sa clientèle.

Restaurants tournants

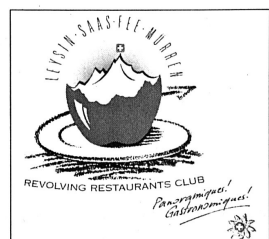
Création d'une association

«Une pomme croquée en forme de sommets alpins et posée sur une assiette que l'on devine tournante», c'est le logo d'un nouveau club très fermé, le «Revolving Restaurants Club». Ce club groupe les trois réalisations suisses d'un genre qui n'en compte qu'une centaine dans le monde: celui des restaurants tournants. Autre particularité, les «Trois Suisses» sont situés en altitude.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

«Cela valait bien une promotion commune» dit René Vaudroz, administrateur-délégué de Télé-Leysin qui est à la base de cette opération qui groupe les restaurants Kuklos, au sommet de La Bernesue (2048 mètres d'altitude) à Leysin, l'Alalin (3500m.) à la station supérieure du Metro Alpin de Saas Fee et, le plus ancien, le Piz Gloria (3000 m.) au sommet du Schilthorn au-dessus de Mürren. A l'image des sommets vertigineux et des panoramas à 360°, l'idée en associe une autre celle d'une gastronomie de qualité à l'enseignement de «Panoramiques! Gastronomie!» Dans ce but, les trois partici-

naires sont également signataires d'une charte de qualité. L'idée, précise encore René Vaudroz, était de nous positionner sur un segment précis de marché, comme le recommande d'ailleurs Suisse Tourisme. Mais également de favoriser dans toute la mesure du possible un échange de clientèle. Club et logo créés, restait à les vendre! Pour cela, le «Revolving Restaurants Club» a trouvé un partenaire de choix: le constructeur automobile Mercedes qui patronne un concours lancé il y a un peu plus d'un mois. But du «jeu», doté par la firme, faire valider dans les trois restaurants et avant fin 1997, un coupon qui donnera droit à un tirage au sort final.



Altitude et gastronomie, le tout dans le même logo. Dessin: RRV

Autocarisme

Regain d'intérêt pour les destinations suisses

L'intérêt suscité par les destinations suisses est loin d'être négligeable pour les autocaristes de notre pays. C'est du moins ce que révèle Viktor Ackermann de Transit Service, la société organisatrice de la Journée des autocaristes mise sur pied pour la troisième année consécutive dans le cadre du TTW. Selon Viktor Ackermann, la Suisse romande, ainsi que le Tessin et les Grisons ont même connu davantage d'intérêt cette année.

LAURENT MISSBAUER

«Alors que l'Italie et l'Autriche s'étaient taillé la part du lion il y a douze mois, nous avons remarqué cette année un net regain d'intérêt pour les destinations helvétiques», remarque Viktor Ackermann, cheville ouvrière de la Journée des autocaristes qui est organisée dans le cadre du TTW de Montreux et qui bénéficie à nouveau du patronage de notre hebdomadaire. «Les destinations du Mittelland et du canton d'Argovie sont certes encore un peu boudées pour l'instant, force est néanmoins de constater que la Suisse romande, le Tessin et les Grisons connaissent actuellement une demande accrue», ajoute-t-il.

Patronage hotel+ tourismus revue

Cet intérêt s'explique selon lui par le fait que les hôteliers suisses prennent chaque année davantage conscience de l'importance des autocaristes. Cette corporation qui regroupe une flotte de quelque 2500 autocars en Suisse dispose en effet d'une importante clientèle qui n'attend qu'à être séduite. Encore faut-il pour cela lui proposer des tarifs inté-



Les destinations suisses, Montreux ici, ont connu un net regain d'intérêt cette année.

Photo: Alexander P. Künzle

ressants et non pas des prix qui ne sont guère en adéquation avec la période difficile actuelle. «Les années précédentes, il y avait encore des hôteliers qui venaient proposer aux autocaristes des nuitées à 200, voire 300 francs par personne. Cette fois-ci, il n'en a rien été. Avec la crise, les prix ont baissé et sont devenus par conséquent beaucoup plus intéressants qu'auparavant pour les autocaristes.»

L'importance du prix

Les prix sont en effet déterminants pour convaincre l'autocariste. «Dans des salons tels que le Mitcar de Paris ou le TTW, nous recherchons tout d'abord des prix favorables. La destination vient ensuite toute seule», estime Jean Burri, directeur des Voyages Burri à Moutier.

«Nous recherchons également le sourire. Nous ne voulons pas qu'on nous jette les assiettes sur la table et nous nous attendons à certains égards. Certains hôteliers ou restaurateurs suisses ne l'ont cependant pas encore compris. Ils se plaignent de ne pas avoir suffisamment de clients, mais ils renoncent également à se retroucher les manches lorsqu'il le faudrait. Nous souhaitons organiser une excursion avec repas pour 150 personnes dans un hôtel-restaurant fribourgeois et on nous a répondu que cela était impossible car le personnel ne travaillait pas le dimanche!»

«Devant de telles attitudes, nous avons de plus en plus tendance à aller en France voisine», poursuit Jean Burri. «Ceci dit, il convient de ne pas généraliser le mauvais accueil en Suisse. Nous

vendons très bien le Tessin et les Grisons, de même que nos arrangements spéciaux bi-hebdomadaires au bains de Saillon où nous sommes très bien reçus.»

Le dynamisme d'Yverdon

D'avantage que les prix élevés ou le mauvais accueil, c'est surtout un certain immobilisme qui pénalise les destinations helvétiques. Il s'agit-là d'un reproche qui ne peut en tout cas pas être formulé à l'encontre d'Yverdon-les-Bains et de son directeur de l'Office du tourisme et du thermalisme, Michel Ruchat. Celui-ci a fait en effet preuve de dynamisme en invitant l'année dernière les autocaristes présents au TTW à une soirée de séduction à Cully: «Le but était de les inciter à venir découvrir notre région sur le terrain et non pas par l'intermédiaire d'un prospectus», explique-t-il.

Cela n'a d'ailleurs pas manqué de porter ses fruits: «Depuis lors, nous avons étroitement travaillé avec deux autocaristes qui nous ont permis d'obtenir 300 à 400 nuitées supplémentaires», ajoute Michel Ruchat qui a récidivé cette année en invitant une centaine d'entreprises d'autocars à Yverdon, au Grand-Hôtel des Bains, la veille de la Journée des autocaristes du TTW.

La Suisse n'est pas toujours chère

Le fait que la Suisse soit un pays cher n'est pas toujours vrai. «Celui qui cherche des prix avantageux, les trouve», relève Denise Favre, des Voyages Favre à Rochefort, dans le canton de Neuchâtel. «Nous expliquons en effet aux restaurateurs que notre clientèle, souvent recrutée parmi les personnes âgées, ne roule pas sur l'or et nous arrivons presque toujours à obtenir des prix favorables, notamment dans les périodes creuses de novembre-décembre et mars-avril. A Lucens, nous avons même trouvé un restaurateur qui a accepté d'accueillir un de nos groupes de 40 personnes, alors qu'il

s'agissait de son jour de fermeture. Cela dit, ce sont surtout les voyages en France, notamment en Alsace, en Bourgogne et sur la Côte d'Azur qui marchent bien.»

Même son de cloche chez Pierre Melly, des Voyages l'Oiseau bleu à Sierre: «Les destinations étrangères telles que la Savoie, le Piémont, la Vénétie marchent mieux que les voyages en Suisse. Nous organisons cependant également des excursions à Lucerne ou au Tessin. La moindre attractivité de la Suisse s'explique par le fait que les prix sont aussi chers qu'à l'étranger alors que l'on va bien moins loin.» LM

FORMATION

Enfin les vacances. A vous la Suisse.

SEMINAIRE INTERNET POUR LE TOURISME SUISSE.

Mercredi 27 novembre 1996

Comment accéder à Internet? A qui se confier? Combien cela coûte-t-il? Comment fonctionne Internet

Suisse Tourisme (ST) veut démontrer sur la base d'exemples les possibilités et les limites d'Internet/www comme instrument innovateur du marketing touristique. Comment arriver par une approche coordonnée au sein du tourisme suisse à toucher les hôtes de manière attractive?

Participants:

Professionnels du tourisme de toute la Suisse, prestataires, hôteliers, organisations incoming, chemins de fer/remontées mécaniques et autres intéressées. La langue du cours est le français.

Lieu/Heures:

Y-Parc SA, Chemin de la Sallaz, 1400 Yverdon-les-Bains De 10.10 à 16.00 heures

Coûts:

Fr. 180.- (documentation, lunch et boissons des pauses inclus; TVA en plus)

Inscriptions:

Suisse Tourisme, Séminaire Internet, 8027 Zurich ou par InfoRes à «Liv Wolfemann» (Suisse Tourisme) ou par courrier électronique Internet à: postoffice@switzerlandtourism.ch

Renseignements: ☎ 01 288 12 54, Fax 01 288 12 05

Cette manifestation est organisée par Suisse Tourisme, en collaboration avec les offices régionaux romands et du Tessin; elle est patronnée par l'hotel + tourismus revue.

88742/63068

TOURISTORIAL

«Je suis positif, mais je me soigne!»



«Je suis positif, mais je me soigne!» On pourrait même ajouter: «Ne dites pas à ma mère que je suis dans le tourisme, elle me croit journaliste dans un organe professionnel...»

Le tourisme n'a pas bonne presse, pas plus dans celle du même nom qu'auprès des autorités, encore moins dans les milieux bancaires et économiques. On aime à le compter pour heureux et à le marginaliser d'un revers de main. Jusqu'au Vorort où notre troisième industrie d'exportation ne suscite que des sourires courtois... Et, pourtant, la survie du tourisme exige au préalable qu'on y croie, puis qu'on crée autour de lui le climat positif et l'état d'esprit optimiste sans lesquels toute thérapie régénératrice et revitalisante est vouée à l'échec.

L'actualité nous y encourage. Chacun a pu lire ces jours qu'une fondation bilingue très officielle, appelée «Allez-hopp CH», a été fondée par une brochure de parlementaires et d'intellectuels. Son but? Lutter contre la morosité ambiante, générer en Suisse la volonté d'un renouveau, jouer l'optimisme, la confiance et la joie de vivre, s'inspirer d'atouts typiquement suisses, restaurer certaines vraies valeurs helvétiques... Le Président de la Confédération est venu en personne encourager ce réconfortant programme d'action qui repose sur cinq «i»: idées, impulsions, innovations, initiatives et investissements. On semble avoir compris qu'après une utile autocritique on remise en question il était temps d'en finir avec le négativisme, le catastrophisme et les basses accusations, nourrit-

re quotidienne hélas de certains médias prétentieux. Le tourisme se propose d'offrir au jardin de la nouvelle fondation, née à l'Institut Duttweiler de Rüschlikon, ses premières fleurs...

Je propose en effet de dégarer, en me référant uniquement à des faits du moment, quelques initiatives, projets, réalisations et tendances ayant un caractère essentiellement optimiste et positif. Le récent forum «Perspectives», qui a rassemblé récemment à Lausanne la crème des dirigeants touristiques de Suisse romande, a permis de présenter la Plate-forme d'innovation touristique de Suisse occidentale, futur centre de compétence s'inscrivant bien dans le sens du renouveau, du dynamisme et de la créativité. Ce projet fort avancé est révélateur de cette nouvelle façon de penser et d'une volonté d'agir juste.

D'autre part, plusieurs régions et villes lancent des chartes de qualité ou d'accueil (Valais, Genève, Lausanne entre autres). Une Quinzaine de la créativité gastronomique dans la Broye met en place les bases d'une coopération durable entre restaurateurs et producteurs, avec une mise en valeur d'autres atouts du cru. Plusieurs opérations tendent à valoriser la notion de région et ses arguments touristiques, culturels, artisanaux et culinaires; elles visent à affirmer leur identité et leur personnalité pour mieux s'affirmer sur les marchés, d'où l'engagement, à Genève et à Neuchâtel par exemple, d'un «Mon-sieur Terroir». Dans une conjoncture plus basse que jamais, on vient d'ouvrir le Forum, centre de congrès du Palais de Beaulieu, et de donner le premier coup de pioche de l'Expo-Centre de Fri-

bourg, d'inaugurer un hôtel dans le Val-de-Ruz, de lancer la nouvelle Ecole hôtelière de Lausanne en langue anglaise, de fonder des associations de développement économique et touristique pilotes (Chablais franco-suisse, Gruyère). Avec peut-être en prime un bac sur le Léman, un rail d'or entre Montreux et Lucerne, des remontées fantastiques au Glacier des Diablerets, une nouvelle école de tourisme à Sierre, un Hôtel Chaplin à Vevey...

Le tourisme événementiel n'est pas en reste non plus, avec quatre championnats du monde à Lausanne et Château-d'Ex en 1997 et 1998, une arrivée du Tour de France à Fribourg l'an prochain, une première mondiale à Lausanne à l'enseigne de «Jardins 97» et de nombreux grands congrès en Suisse romande après des années de disette, dont une importante Session du CIO. Autant de points positifs, n'en déplaie pas es-prits chagrins!

Enfin, il faut croire en nos propres chances. Car c'est en jouant sur l'offre et en étant performant sur place, là où se déroule l'acte d'accueil grâce aux prestataires et aux offices du tourisme locaux, que l'on améliorera l'attractivité et l'esprit de notre tourisme, sa sensibilisation aussi. Pour le reste, un peu plus d'accueil et un peu moins de stratégies savantes. Plus de passion et moins de gadgets. De l'éthique plutôt que de l'informatique. Des contacts humains au lieu des automatismes. La communication mieux que les télécommunications. Des hôtes, pas des clients... Le tourisme n'est-il pas déjà le côté positif de notre société? J'y travaille, comme d'autres gens heureux. José Seydoux

COUP DE FIL À...



Daniel Steffen

Chef des ventes et du marketing d'Air Engiadina

Air Engiadina dessert Genève depuis le 27 octobre. Qu'est-ce qui vous a poussé à aller à Genève et quelles destinations y proposez-vous?

L'essor de notre compagnie ne doit pas seulement passer par Berne et Zurich. Nous devons également être présents à Genève. L'aéroport de Cointrin est appelé à devenir une plaque tournante intéressante pour notre clientèle qui souhaite se rendre à Nice ou à Madrid, deux destinations qui bénéficient d'une bonne correspondance à Genève. Cette présence nous permet aussi de reprendre la ligne que Swissair exploitait jusqu'ici entre Genève et Gênes et que nous desservons désormais deux fois par jour. Nous allons en outre trois fois par semaine à Dublin et comme nos appareils sont basés à Belp, nous desservons également la ligne Berne-Genève qui devrait notamment intéresser les diplomates. Cette ligne est exploitée tous les jours sauf le samedi et son tarif est très attractif puisqu'il est le même que celui du de train en première classe.

Propos recueillis par Laurent Missbauer

Royal Manotel

Transformé

A proximité de la gare de Cornavin à Genève et des institutions internationales, l'Hôtel Royal, bateau amiral quatre étoiles de la chaîne Manotel a subi des transformations pour plus de quatre millions de francs. L'accent a été mis sur l'accueil, la brasserie et les salles de conférences.

JEAN RYNIKER

Alors que les chiffres du tourisme reculent et que l'ONU économe sur la longueur des sessions, la chaîne Manotel investit. Elle entend répliquer à la morosité et au franc cher par la recherche de la qualité. Deux ans après les quatre étoiles Epsom, l'Hôtel Royal, situé depuis un quart de siècle à la rue de Lausanne, a fait peu neuve sans que l'exploitation ait été interrompue. La majorité des 158 chambres climatisées ainsi que les huit suites ont été rénovées, mais l'accent a été porté sur le rez-de chaussée, avec le hall d'accueil, la boutique, les salons et réaction à la concurrence des hôtels proches de l'aéroport – le complexe pour conférences (deux salles de 40 places pouvant être réunies et une salle de 180 places équipée pour des séminaires) gagné sur l'emplacement occupé antérieurement par un magasin d'alimentation.

Élégance et lumière

Les mots d'ordre «élégance et lumière» s'appliquent tant au bar Iris qu'à la brasserie Le Relais et ses 110 places. La brasserie et son ambiance douce font la fierté du délégué général marketing et relations publiques, Michel Juder: «C'est un atout aujourd'hui que d'offrir un repas d'affaires pour 27 francs 50, de proposer le plat du jour le soir aussi et de servir – sous la houlette du chef des chefs Pietro Belli – la clientèle durant tout le week-end. Nombre d'hommes d'affaires débarquent dimanche soir et sont contents de se restaurer sur place dans un cadre agréable aux sons d'un piano bar. Et c'est aussi devenu un lieu de rencontre des gens du quartier.» Happy hour, carte-fidélité, carte-cadeau de 30 francs que des entreprises offrent à leurs collaborateurs et clients, autant de petits plus proposés. Manotel Management SA, chaîne entièrement suisse, a sept hôtels à Genève (les quatre étoiles Auteuil, Epsom, Rex, Royal et les trois étoiles Ascot, Chantilly, Edelweiss) – totalisant 220 000 nuitées – quatre restaurants et compte 220 collaborateurs de 18 nationalités. Elle est liée à une société sœur, Silver Manotel Marketing SA, commercialisant 43 hôtels en Suisse, France et Italie, et à la centrale d'achats Mila Hotels International SA.

Révision de la loi sur le travail

Soutien unanime du tourisme

Les milieux touristiques apportent un soutien unanime à la loi révisée sur le travail qui sera mise en votation le 1er décembre. Non pas qu'ils attendent d'elle de grands changements, mais ils craignent que son rejet fasse réapparaître une nouvelle version contenant des suppléments de salaire trop lourds pour la branche.

MIROSLAW HALABA

Emmenée par la Fédération suisse du tourisme, la branche touristique recommande de se prononcer en faveur de la révision partielle de la loi. Les avantages que celle-ci apportera au tourisme ne seront pourtant guère sensibles. Tout au plus s'agira-t-il d'effets indirects. Le Conseil fédéral souligne dans son message que les modifications proposées visent à améliorer les conditions économiques générales. Les entreprises bénéficieront d'une marge de manœuvre plus grande, «ce qui renforcera la compétitivité de notre pays et contribuera à sauvegarder des emplois», écrit le Conseil fédéral. Une économie plus performante se traduit généralement par une hausse du pouvoir d'achat. Et qui dit hausse du pouvoir d'achat dit aussi augmentation de la consommation, de produits touristiques par exemple, comme la restauration ou le tourisme journalistique. Ces incidences sont cependant difficilement quantifiables.

On ne s'étonnera donc pas que ces arguments économiques ne soient pas très lourds dans le débat. Ils ne sont d'ailleurs pas évoqués dans les mots d'ordre des milieux touristiques. Ce qui mobilise en revanche les énergies, c'est la perspective de devoir faire face, en cas de rejet, à une nouvelle loi prévoyant des suppléments pour le travail nocturne et dominical, suppléments prévus dans le projet de révision initial. La FST et la SSH estiment que certaines branches, comme le

Des suppléments obligatoires pour le travail de nuit et du dimanche seraient trop lourds pour l'hôtellerie et la restauration, souligne la SSH dans son mot d'ordre.

Photo: ex-press

tourisme, ne peuvent pas se passer de travail de nuit et du dimanche. Imposer de tels suppléments reviendrait à la discriminer. Dans le cas du tourisme, ces charges contribueraient à détériorer la compétitivité et désavantageraient encore plus les régions de montagnes et les régions périphériques. Gastrosuisse a également apporté son soutien à la loi.

Une partie difficile

La partie qui se joue s'annonce difficile pour les partisans de la loi. On rappellera en effet que la nouvelle législation a fait l'objet d'un référendum, appuyé par 165 000 signatures et demandé par l'Union syndicale suisse, la Confédération des syndicats chrétiens de Suisse et l'Union démocratique fédérale qui reprochent au Parlement d'avoir déséquilibré le projet du Conseil fédéral. Né d'un compromis entre les partenaires sociaux,

ce projet prévoyait un temps de repos supplémentaire équivalant à 10% de la durée du travail de nuit ou du travail du dimanche et octroyé en compensation de l'assouplissement des prescriptions sur la durée du travail.

La loi rencontre également l'opposition des organisations féminines qui estiment qu'il n'est pas question de la soutenir tant que l'égalité des salaires ne sera pas réalisée. Le Parlement, pour sa part, lui a réservé un accueil mitigé. Si la loi a été acceptée au Conseil des Etats par 27 voix contre 6, au Conseil national elle a recueilli 89 voix pour et 80 voix contre. Enfin, partiellement désavoué, le Conseil fédéral ne combat pas la loi, mais renonce à formuler une recommandation de vote.

Soutien de l'économie

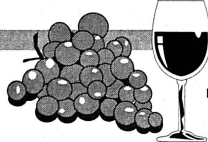
Dans la lutte pour la nouvelle loi, le tou-

risme trouve notamment à ses côtés les milieux économiques qui voient dans ce texte une opportunité de relancer la machine économique.

«Une occasion à ne pas laisser passer», écrit par exemple, la Fédération patronale vaudoise, qui est d'avis que cette loi «favorise le redressement économique et apporte une contribution substantielle au maintien des emplois en Suisse».

Pour les milieux économiques, les suppléments de salaire doivent être réglés dans les conventions collectives de travail. «De nouveaux suppléments légalement obligatoires auraient pour conséquence un renchérissement de l'ensemble de l'offre de services (hôtels, cinémas, transports publics, trains de montagne, etc.), ce qui se révélerait impossible à mettre en œuvre dans la situation économique actuelle», écrivent les patrons vaudois.

PAPIER-BOUCHON



Treize invités à la table de Saint-Emilion

Pas superstitieux, les premiers grands crus de Saint-Emilion! Ils seront désormais treize à s'attabler pour partager le meilleur du gâteau bordelais. Au contraire du Médoc, figé dans son classement de 1855, Saint-Emilion renégocie tous les dix ans son classement, dont la première mouture date de quarante ans.

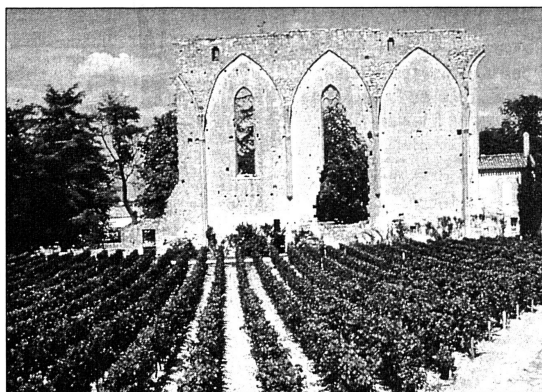
PIERRE THOMAS

L'autre jour, dans ce bel établissement qu'est le Parc des Eaux-Vives, à Genève, ils n'étaient que onze. Explication: le classement publié le 5 septembre, n'est pas encore entré en force. Les «châteaux» étaient assis sur la cave de 35 000 bouteilles qui passe pour une des plus belles du pays. Elle compte même trois fois plus de flacons, du temps de François Perret. L'ancien patron en a gardé un bon tiers, vendu un autre, et a remis le dernier avec l'établissement, à sa fille et son beau-fils, Sylvie et Laurent Patrelle. Autres temps, autres mœurs, puisque les grands Bordeaux sont aujourd'hui hors de prix au restaurant...

Question de prix

Et cela ne va pas s'arranger avec le millésime 1995. «Le 1993 est parti de Cheval-Blanc à 150 francs français; le 95, à 240 francs français, en une seule tranche et je l'ai vu proposé à 400 francs français», explique son directeur général, Pierre Lurton. «Je crains qu'on se soit coupé de nos marchés traditionnels que sont la Suisse et la Belgique, en vendant à tout prix aux Etats-Unis et à l'Asie, qui n'achètent, eux, que lorsque les gourous américains crient au miracle», déplore Jean-Paul Valette, de Château Pavie, classe B.

Le prix du vin fait la valeur du saint-émilion. Ainsi, Château Figeac (40 hectares) ambitionnait ouvertement de rejoindre le duo des A, Ausone (7 hectares) et Che-



Les «grandes murailles», ancienne façade d'un couvent de dominicains, à l'entrée du vieux bourg de Saint-Emilion.

Photo: ldd

val-Blanc (35 hectares). Le Figeac 93 s'est vendu à 70 francs français, le 94 à 90 francs français et le 95 à 135 francs français, soit cent francs de moins qu'un A. C'est bien le seul argument que la commission d'évaluation du classement a retenu contre l'inscription de Figeac en A, affirme Eric d'Aramon, gendre du propriétaire Thierry Manoncourt. Avec un paradoxe à la clé: c'est bien parce qu'ils sont classés A qu'Ausone et Cheval-Blanc se vendent aussi cher. On peut donc parier que le prix de Figeac se serait rapproché des précédents, en cas de promotion.

Le terroir prime

L'amélioration spectaculaire du vin du Château l'Angélus (26 hectares), dûment constatée en dégustation et accompagnée d'une hausse de la valeur sur le marché, lui a permis de rejoindre la table des premiers crus. Sans doute, récompense-t-on l'habileté du vificateur, qui a jusqu'à utiliser le procédé de concentration des

moûts appelé osmose inverse pour faire, comme l'a écrit Michel Bettane, un «vin riche en couleur et d'une intensité aromatique sans égale à Bordeaux».

Le treizième est un intrus connu: le Château Beau-Séjour Bécot. Classé premier en 1955, il fut recalé en 1986, parce que

son propriétaire en avait doublé la surface, par l'achat de vignes dans les années 70. Ce retour parmi les plus grands montre que les terres acquises à l'époque n'ont pas démenti...

Car s'il y a une notion que défendent les propriétaires de Saint-Emilion, c'est celle de terroir.

Même si l'on trouve, sur les 5400 hectares de l'appellation – aussi vaste que le cœur de la Bourgogne, donc – et parmi les mille crus, des encépagements différents, des méthodes de vinification propres à chaque château, trois terrains portent les meilleurs: un plateau calcaire, une côte argilo-calcaire et des grèves, près de Pomerol. Le reste de l'appellation doit se contenter d'alluvions sablonneux.

Une appellation complexe

L'idéal de l'encépagement serait-il le moitié-moitié d'Ausone (merlot et cabernet franc)? Hypothèse immédiatement contrée par Cheval-Blanc, qui ne contient pas une goutte de merlot!

On mesure donc la complexité de l'appellation saint-émilion: elle défie toute généralisation. Avec une prime à la vinification, la réparation d'une erreur jugée historique et la volonté de limiter la surenchère, le nouveau classement des premiers grands crus ajoute encore quelques subtiles nuances au tableau.

Le millésime 95, et après?

A Genève, les représentants des premiers grands crus ont fait déguster les 93. Un millésime qui marquait le retour au climat atlantique, avec des pluies nombreuses en septembre.

Résultat: des vins où la priorité est donnée au fruité, à la finesse et, corollaire à une certaine légèreté. Compte tenu de l'explosion des prix des 95, le 93 paraît une bonne affaire pour la restauration, puisqu'il est à boire assez rapidement et reste d'un prix supportable.

Et le 96 qui vient d'être vendangé? «Nous avons été surpris par des degrés d'alcool très élevés, parfois supérieurs aux 13 degrés maximum de l'appellation», commente Eric d'Aramon, de Château Figeac.

«Le 96 exige du travail au chai, avec la présence de beaucoup d'acide malique, des tanins de pépins agressifs, une certaine vivacité générale, mais une bonne extraction aussi. Ils seront proches des 83 et des 86, par opposition aux 95, cousins des 82 et des 90». PT



Herrliches Wälder- und Skigebiet!

In

WALTENBURG

(unweit von Obersaxen, Brigels, Flims, Laax, Falera)

verkaufen wir unentwertetes

SPORTHOTEL-RESTAURANT

- 18 komfortable Zimmer mit total 40 Betten
- Restaurant/Bar/2 Säle mit total 120 Sitzplätzen
- 20 Parkplätze • sehr guter Zustand
- Sauna/Whirlpool/Ruherraum etc. • Parzellengrösse 1920m², uvm.

KP Fr. 1,25 Mio.

(amt. Verkehrswert: Fr. 2,6 Mio.)

Rufen Sie uns einfach an.

081 284 00 24

GERMANO DE GANI IMMOBILIEN

Felsenstrasse 25, 7004 Chur

P 88535/385500

GELEGENHEIT

Zu verkaufen

Club-Hotel Bohemia

4-Stern-Hotel an Top-Lage

Modern eingerichtetes Hotel in Prag

Grundstück 1811 m²

Hauptgebäude und Bungalows

Lift, Sauna, Clubräume, Bar

Anfragen und weitere Auskünfte erteilt:

OST LEAS AG, 9470 Buchs

Telefon und Fax 081 756 02 12

88823/386634

Zu verpachten an erstklassiger Lage

Hotel/ Restaurant

Marietal in Sörenberg (LU).

Sehr geeignet als Familienbetrieb mit

Restaurant, Pizzeria, Saal.

Interessenten melden sich bitte an:

Gasser Bautreuhand AG, Herr L. Duss,

6110 Wohlen, Telefon 041 490 12 28

oder Fax 041 490 26 48

89034/321370

Berner Altstadt

Im historischen Zentrum der Stadt Bern

verkaufen wir zwei miteinander verbundene

Liegenschaften mit

Restaurants- und Hotelbetrieb

mit einfachen Zimmern, jedoch viel Cachet.

Geeignet zur Fortführung des heutigen

Betriebes oder zur teilweisen Umnutzung.

Intakte Bausubstanz.

Solvente Interessenten erhalten die Verkaufs-

dokumentation unter Chiffre 103-645687

an Berner Anzeiger, Postfach, 3001 Bern.

BA 88345/283975

Im schönen Berner Jura,

ca. 20 Min. von Biel, suchen wir

Zein Wirtpaar, welches das ein-

fache, sehr gut erhaltene

Hotel-Restaurant de la Gare

übernehmen möchte. Das Restau-

rant verfügt über verschiedene Säle,

5 Hotelzimmer und liegt direkt beim

Bahnhof mit genügend Parkplätzen.

Reizt Sie diese Herausforderung?

Dann rufen Sie doch einfach an.

Kurt Freiburghaus

Immobilien-Treuhand

Postfach 7134, 2500 Biel 7

Telefon 032 25 29 88

88966/386469

Dachkammer frei?

Dame sucht einfaches, ruhiges Zimmer

in Dauermiete zum Wochenendaufenthalt.

Raum ZH-Unterland oder Umgebung.

Seriöse Angebote bitte an Chiffre 89010,

hotel + tourismus revue, Postfach,

3001 Bern.

89010/386661

Initiatives Paar sucht:

Restaurant/Grotto

Snackbar

– in Pacht/Miete oder als Geranten

– Auch ohne Inventar

– Auch renovationsbedürftig

– 13 Jahre Erfahrung, mehrsprachig

– Vorzugsweise Tessin, Wallis

Wir freuen uns auf Ihre Offerte:

Chiffre Q 005-358077 an Publicitas,

Postfach 7621, 3001 Bern.

P 88948/44300

Zu verkaufen im schönen

Portovenere (La Spezia, Italien)

Kaffee-Bar

mit Alkoholpatent

40 Sitzplätze, kleine Terrasse mit Blick

auf das Meer und den Hafen.

V.B. Lit. 300 Mio. inkl. Inventar und

Lizenz (ohne Mauer und Miete).

Fax 0039 187 51 49 57.

88950/386647

An bester Lage im Grossraum von Basel

Gourmet-Restaurant

per Frühjahr 1998 zu vermieten.

Für dieses bekannte Restaurant mit

seinem guten Renomee und seiner sehr

treuen nationalen Kundschaft suchen wir

ein ideenreiches, sehr gut ausgewiese-

nes Fachpaar, welches das erreichte

Niveau des Betriebes mit viel Initiative

weiterführt.

Inventar Fr. 170 000.–.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit

Lebenslauf unter Chiffre 88994, hotel +

tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

88994/106685

Goms/Blitzingen/VS

Pension-Taverne

mit 7 Zimmern (15 Betten)

Restaurant 45 Sitzplätze

Saal 20 Sitzplätze

Terrasse 52 Sitzplätze

Parkplatz 12

3½-Zimmerwohnung

Verhandlungspreis Fr. 1 550 000.–.

Weitere Objekte auf Anfrage.

H. Witschard, 3930 Visp

Telefon 028 46 25 50

P 88660/382373

Pour le compte d'un agent français

très sérieux, nous aidons à remettre

des hôtels situés en

Côte d'Azur et Provence

Il s'agit de

petits et moyens hôtels

garnis ou avec restauration

à louer ou à vendre

Si vous êtes intéressé(e), vous pouvez

nous contacter au numéro de fax 029

2 12 93, dès le 2.11.96: 026 912 12 96.

Adresse: CHH Hotels & Restaurants,

1628 Vuadens

P 88947/382333

Zu verkaufen (Geschäft und Räumlichkeit)

im Zentralwallis

in touristischer und industrieller Region,

20 Minuten von den Skistationen entfernt:

wunderschönes Hotel

(21 Zimmer mit allem Komfort, 42 Betten)

Café-Restaurant-Pizzeria

Umsatz: Fr. 2 500 000.–.

Sehr hohe Rendite.

Ideale Lage.

Einrichtung in vollem Aufschwung,

kann noch weiterentwickelt werden.

Grosses Eigenkapital notwendig.

Hypothek vorhanden.

Neugierige Vermittler verbeten.

Offerten unter Chiffre W 036-360705 an Publicitas,

Postfach 747, 1951 Sitten 1.

P 88652/64351



Anzeigen-

schluss für

Liegenschafts-

Insertate

Donnerstag

17 Uhr

AIT Aktiengesellschaft Immobilien-Treuhand

alle Objekte: 57, 6910 Ardenne A. Tel. 01/760 00 77

88991/162176

Affaire exceptionnelle, à remettre,

uniquement à couple d'hôtellers (un

cuisinier + service/réception), très bel

Hôtel-restaurant/*****

20 chambres confort + 40 + 30 + 40

places, plein centre de petite ville vau-

doise; Fr. 60/70 000.– de fond propres

sont nécessaires.

Telephone 079 417 07 00

P 89094/339961

Région VEVEY

A vendre

Restaurant

Belle terrasse, superbe vue sur le lac et

les Alpes. Possibilité de transformations.

Directement du propriétaire.

Ecrire sous chiffre 88991, hotel + touris-

mus revue, case postale, 3001 Bern.

88991/162176

Cedesi a Locarno

Ristorante-Pizzeria

Pensione

ben avviato, ottima posizione, con posteggi.

Data da convenire.

Interessati scrivano a cifra K 155-751048 a

Publicitas, casella postale 664, 6601 Locarno.

P 88963/44300

A VENDRE ou A REMETTRE

Hôtel-restaurant

Situation 1er ordre - Ville de Suisse

romande. 40 chambres - Restaurant.

Excellent état. Très rentable.

Cause retraite.

Bureau Immobilier

ZBINDEN & BUHLER

1094 Paudex-Lausanne

Telephone 021 791 65 11

P 89095/339961



A vendre

MARTIGNY

HOTEL, CAFE, RESTAURANT

65 lits, grand parking.

Appartement de direction 6½ pièces.

Excellente rentabilité.

Hypothèque à disposition.

Références et capacités financières exigées.

M. Jeannot Fournier 077 28 93 20 - 027 27 12 18

P 88826/330093

COGESTIM S.A. RUE DU MAUPAS 6

1004 LAUSANNE TEL. (021) 320 88 77

SVR



Zu vermieten in Täsch bei Zermatt ab

Januar/Februar 1997 oder nach Übereinkunft

Restaurant Wiesengrund

Restaurant inkl. Bar mit 40 Plätzen

Saal mit 60 Plätzen

Kegelbahn inkl. Bar mit 20 Plätzen

Terrasse mit 24 Plätzen

Zum Mietobjekt gehören eine 3½-Zimmer-Wirte-

wohnung und eine 3½-Zimmer-Gästewohnung.

Wirte-Ehepaar wird bevorzugt.

Schriftliche Bewerbungen mit den üblichen

Unterlagen sind zu richten an:

Treuhandbüro Brantschen Albin

Postfach 7, 3928 Randa

88965/215422

BAZAR

WIR KAUFEN IHRE WEINE

Wir suchen laufend

Spitzenweine aus Frankreich

(Bordeaux - Burgund)

Italien und andere.

Weinlistenangebote sind zu richten

an Fax 091 649 93 36 oder

Badaracco SA

Postfach 276, 6818 Melano.

P 87486/323292

Infolge Lagerreduktion bieten wir Ihnen

zu sensationellen

Tiefstpreisen

Garlando Tischfussball mit und ohne

Münzprüfer, Garlando Billardische

mit und ohne Münzprüfer.

Auskünfte und Angebote erhalten

Sie unter Telefon 032 25 18 19,

Fax 032 25 38 83, ab 9. 11. Telefon

032 323 18 19, Fax 032 323 38 83.

88953/386646

Einmalige Gelegenheit!

Zu verkaufen sehr gut erhaltene

LOUIS XV-

Stil-Schlafzimmer

ca. 100jährig.

Interessenten melden sich unter

Chiffre 88961, hotel + tourismus revue,

Postfach, 3001 Bern.

88961

Förderung der Servicequalität in der Hotellerie

SHV bringt Führungsinstrument auf den Markt

Zusammen mit der Zürcher Frey Akademie entwickelte der Schweizer Hotelier-Verein (SHV) ein Instrument zur Förderung und Messung der Servicequalität. Erste Feldversuche sind abgeschlossen. Im Januar 1997 wird das Instrument auf den Markt gebracht. Fritz Sterchi, Qualitätsbeauftragter des SHV, weiss mehr darüber.

Interview:
STEFAN SENN

Der Schweizer Hotelier-Verein (SHV) hat ein Führungsinstrument zur Messung und Förderung der Servicequalität entwickelt. Eine Arbeit allein im stillen Kämmerlein oder mit einem Partner?

Bei der Entwicklung von wirksamen und gleichzeitig einfachen Instrumenten zur Qualitätsförderung ist man meines Erachtens immer auf das Know-how von Spezialisten angewiesen. In vorliegenden Fall handelt es sich um die Frey Akademie AG in Zürich...

«Es ist nicht einfach, einen Betrieb für eine systematische Qualitätsförderung zu sensibilisieren.»

...die ja schon Partner des SHV war als die 2-Q-Methode (Qualität und Qualifizierung) auf die Bedürfnisse der Hotellerie angepasst und auf den Markt gebracht wurde.

Es ist richtig, dass wir schon lange mit der Frey Akademie zusammenarbeiten. Das heisst aber nicht etwa, dass nun das gemeinsam erarbeitete 2-Q-Modell ad acta gelegt wird. Im Gegenteil. Wir haben bei der Lancierung von 2-Q sehr viel über Qualitätssysteme im allgemeinen gelernt und gemerkt, dass es nicht einfach ist, einen Betrieb für eine systematische Qualitätsförderung zu sensibilisieren. «Zu teuer, zu zeitintensiv, nur für die grossen Betriebe bestimmt», gegen solche und ähnliche Vorurteile mussten und müssen wir nach wie vor ankämpfen.

Sensibilisieren und Vorurteile abbauen: Das neue Instrument soll Ihnen nun dabei helfen?

Generell kann man sagen, dass das Instrument die Servicequalität im Betrieb fördert. Der Begriff «Servicequalität» muss dabei gesamtheitlich gesehen werden. Es geht nicht nur um die Leistung der Servicemitarbeiterinnen und -mitarbeiter sondern um den gesamten Dienstleistungsbereich. Heute spricht man in diesem Zusammenhang sehr oft auch von den sogenannten «weichen Faktoren».

Gerade die Messung von «weichen Faktoren» stellt eine recht anspruchsvolle Aufgabe dar.

Die Frey Akademie verfügt über ein grosses Know-how in diesem Bereich und konnte uns in dieser Frage kompetent beraten.

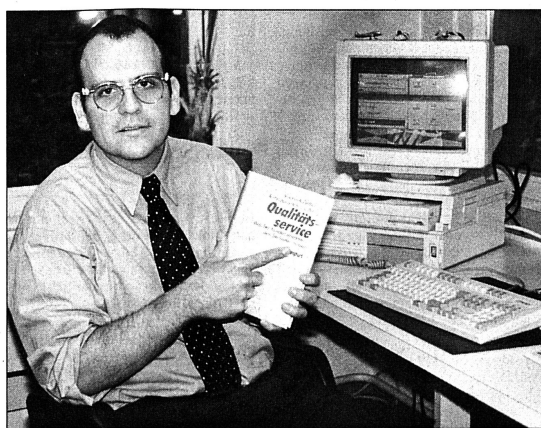
«Weiche Faktoren» sind auch ein Stichwort im Rahmen der neuen Hotel-Klassifikation. Gibt es einen Zusammenhang zwischen den beiden Projekten?

Selbstverständlich werden wir unsere Erfahrungen bei der Messung von «weichen Faktoren» in die Diskussionen über eine Ausgestaltung der neuen Hotel-Klassifikation miteinbringen. In welcher Form diese Kriterien indes in eine zukünftige Klassifikation einfließen, ist aus meiner Warte derzeit noch nicht abzuschätzen.

Zurück zum Projekt «Servicequalität», das Sie als Führungsinstrument bezeichnen. Was hat Führung mit verbesserter Servicequalität zu tun?

Ich denke sehr viel. Denn Qualitätsförderung ist in allererster Linie eine Führungsaufgabe. Hier wird mit dem Instrument auch der Hebel angesetzt. Das Instrument liefert Unternehmerinnen und Unternehmern Führungsinformationen für die Förderung der Servicequalität.

Bei der Konzeption stand der Grundsatz der Einfachheit und Machbarkeit im Vordergrund. Deshalb ist der Ablauf auch denkbar einfach und auch auf die Bedürfnisse von Kleinbetrieben ausgerichtet: Der Unternehmer schätzt anhand von konkreten Fragestellungen die verschiedenen Servicequalitätsbereiche selbst ein.



«Qualitäts-Täter» Fritz Sterchi, SHV: «Bei der Optimierung der Servicequalität haben wir einen gewissen Handlungsbedarf.» Foto: id

Können Sie ein Beispiel einer solchen Frage geben?

«Die Vorgesetzten fördern die Kompetenzen und Fähigkeiten jedes einzelnen Mitarbeiters, so dass sie immer besser auf die individuellen Wünsche der Gäste eingehen.»

Der Unternehmer muss jetzt entscheiden in welchem Masse dies für seinen Betrieb zutrifft. Dazu benutzt er eine Skala von 1 bis 5. Stadium 1 bedeutet: Das ist nur hier und da der Fall und eher dem Zufall überlassen. Stadium 5 ist der höchste Wert und steht für das Optimum.

«Qualitätsförderung ist in erster Linie eine Führungsaufgabe.»

Selbstdeklarationen oder Eigenqualifikationen bergen die Gefahr, dass man sich zu hoch einschätzt und somit ein verfälschtes, verzerrtes Bild entsteht.

Die Sache ist einfach. Falsche oder übertriebene Angaben führen zu Ergebnissen, die nicht den tatsächlichen Stand der Servicequalität widerspiegeln. Derart «aufgemotzte» Resultate können nicht als

Führungsinformationen verwendet werden. Die Unternehmerin oder der Unternehmer hat also alles Interesse daran, ein möglichst wahrheitsgetreues Bild vom Stand der Servicequalität des Betriebes zu erhalten. Kommt hinzu, dass der Unternehmer beschreiben muss, wie er zu diesen Einschätzung kommt. Die Antwort muss also kommentiert werden. Zusätzlich liefern eine Gäste- und eine Mitarbeiterbefragung ergänzende Angaben zu dieser Selbsteinschätzung.

Das Instrument wurde in einem ersten Praxisversuch von 17 Hoteliers getestet.

Richtig. Und der Test hat unsere Erwartungen übertroffen. Ausserdem haben uns die beteiligten Hoteliers bei der Auswertung der Testresultate bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Die Testreihe wird nun in einer zweiten Phase auf 80 Einzelbetriebe ausgeweitet. Gleichzeitig soll das Instrument in ganzen Orten auf die Probe gestellt werden.

Der SHV will sich der Sache offenbar sehr sicher sein?

Ja. Die Förderung der Servicequalität ist sehr wichtig. Wir können uns keinen

Flop leisten. Mit einem «Schnellschuss» verschmerzen wir uns nicht nur das Vertrauen der Branche, sondern setzen uns zusätzlicher Kritik in der Öffentlichkeit aus.

Gibt es bereits Reaktionen der Öffentlichkeit auf diese neuen Anstrengungen des SHV?

Wir haben bewusst während den Konzeptions- und Testphasen mit der Information zurückgehalten um das Projekt nicht einem unnötigen Druck auszusetzen. Aber jetzt – kurz vor der Einführung – werden wir selbstverständlich die Öffentlichkeitsarbeit aufnehmen. Es geht doch letztlich auch darum, aufzuzeigen, dass eine Branche gewillt ist, die Wettbewerbsfähigkeit schrittweise zu verbessern. Die Hotellerie gilt als Dienstleistungsbranche schlechthin. Darum wird auch erwartet, dass konkrete Impulse zur Förderung der Servicequalität von dieser Branche ausgehen.

«Mit einem Schnellschuss verschmerzen wir uns das Vertrauen der Branche.»

Sie haben die lange Testphase angesprochen: Es dauert demnach wohl noch eine gewisse Zeit, bis das neue Führungsinstrument verfügbar ist.

Wir werden die Testreihe in diesem Jahr abschliessen und die nötigen Feinarbeitungen noch vornehmen. Ab Januar 1997 wird der SHV das Instrument auf den Markt bringen. Wir haben einen gewissen Handlungsbedarf bei der Optimierung der Servicequalität. Mit diesem Instrument haben jetzt alle Unternehmerinnen und Unternehmer die Chance einen Schritt in die richtige Richtung zu machen. Bei Hoteliers und Gästen besteht das Bedürfnis, Qualitätsanstrengungen vermehrt transparent zu machen. Ich wünsche mir, dass die Branche die Herausforderung annimmt und so einen grossen Schritt aus der Defensive macht.

Weitere Informationen über das Projekt «Servicequalität» sind erhältlich bei: Schweizer Hotelier-Verein, Fritz Sterchi, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 41 11, Fax 031 370 44 44.

KORRIGENDA

Kleines K, grosse Wirkung

Der Druckfehlerteufel hat auf der Verbandsseite in der Ausgabe 43 der *hotel + tourismus revue* gadenlos zugeschlagen und mit dem Buchstaben K ein verwirrendes Spiel gespielt. Heimgekehrt wurde der Artikel «Ja zum neuen Arbeitsgesetz». Wir geben an dieser Stelle den entsprechenden Abschnitt korrekt wieder: «Die Lohn- und Zeitzuschläge, wie sie die Gewerkschaften wollen, werden mit dem Argument des Gesundheitsschutzes begründet. Ein Lohnzuschlag führt nicht zu kleinerer Gesundheitgefährdung. Ein Zeitzuschlag hat keine Reduktion der effektiven Arbeitszeit zur Folge. Das Argument des Gesundheitsschutzes wird dafür missbraucht, die für den Tourismus unabdingbare Nacht- und Sonntagsarbeit auf gesetzlichem Weg zu verteuern.» shv

RECTIFICATIF

Petite négation, grands effets

Une erreur s'est glissée dans l'article «Oui à la nouvelle loi sur le travail» paru dans le numéro 43 de l'*hotel + tourismus revue*, à la page réservée à l'association. Voici le texte rétablissant la vérité des faits: «De leur côté, les syndicats invoquent la protection de la santé des travailleurs à l'appui de leur revendication des compensations en salaire et en temps. Un supplément de salaire n'implique pas la moindre atteinte à la santé. Une compensation en temps libre ne signifie pas une réduction de l'horaire de travail effectif. Des raisons de protection de la santé ne justifient pas non plus l'imposition de ces suppléments qui reviendrait à un renchérissement légal du travail de nuit et du dimanche dont la branche du tourisme est fortement tributaire.» ssh

Groupe de travail romand

Améliorer l'image et la communication

Une quinzaine de personnes, présidents de section et délégués des institutions de la SSH, ont participé à la réunion automnale du Groupe de travail romand (GTR) qui s'est déroulée au Skycom, le Business Center de l'Aéroport de Genève. Affaires et évasion: la symbolique des lieux était évidente pour une réunion de gens de tourisme, celui-ci pouvant se définir aujourd'hui à l'aide de ces deux mêmes mots...

JOSÉ SEYDOUX

Parmi les nombreuses questions abordées à cette occasion, les débats, dirigés par le président Michel Riba (NE), se sont focalisés sur l'image réelle ou perçue de l'hôtellerie suisse dans le grand public et la presse, comme dans les milieux politiques et bancaires. Améliorer cette image est aujourd'hui l'une des principales missions de la SSH, de ses sections et de ses membres, chacun ayant sa part de responsabilité et son rôle à jouer sur ce terrain-là: d'où la nécessité de parfaire la communication, les «relations extérieures» de l'hôtellerie.

Une association au front

«Dès le début de mon mandat, je me suis efforcé d'améliorer la communication entre l'hôtellerie et le citoyen, car il est nécessaire de sensibiliser les autorités à tous les niveaux aux préoccupations de notre secteur économique», a déclaré Alfred E. Urfer, président de la SSH, en

ajoutant que «la responsabilité de l'association professionnelle est au front et pas seulement dans les postes de commandement». Encore faut-il que s'instaure un véritable dialogue entre l'organisme faitier, ses sections et ses membres. Le président de la SSH a passé en revue les soucis du moment: CCNT, impact de la TVA, aide à l'innovation touristique, relations avec la presse, collaboration avec Suisse Tourisme, loi sur le travail, politique fédérale à l'égard des étrangers, etc.

De son côté, Heinz Probst, directeur de la SSH, a expliqué les efforts de rationalisation et d'économie entrepris par le siège central de Berne qui, par les mesures prises et une certaine flexibilité d'action du management, doivent permettre de maintenir la «force de frappe» de l'association faitière. Il constate également que les hôtels réagissent de façon fort différente à la crise. «Nous voulons des hôteliers dynamiques, motivés, orientés vers l'avenir», a expliqué Heinz Probst, ajoutant que «seule une bonne entreprise avec de bons produits peut réussir sur le marché et dans la conjoncture actuelle». Le directeur de l'association a également lancé un appel en faveur d'une unité de doctrine et de comportement, il en va de la crédibilité de l'hôtellerie vis-à-vis du grand public, des autorités et des banques...

Les banques lâchent l'hôtellerie

Le débat amorcé sur ce sujet montre bien les soucis des hôteliers qui ne cachent pas la gravité du problème: «Ce ne sont pas seulement les entreprises non viables que les banques ont aujourd'hui dans leur colimateur, mais des hôtels encore viables, pénalisés de plein fouet

après avoir investi courageusement dans leur outil de travail», affirme Daniel Krähenbühl (Vaud). Les banques sont priées de revoir leur attitude, dictée par certains jeunes loups et autres théoriciens de pacotille en parfaite méconnaissance des problèmes du terrain et des réalités régionales.

C'est l'avis général des hôteliers présents et des dirigeants de la SSH qui ont déjà pris leur bâton de pèlerin pour aller rencontrer les décideurs financiers là où ils se trouvent aujourd'hui réellement: plus du tout dans les banques locales ni même dans les sièges cantonaux, mais dans les directions générales de Bâle et de Zurich... La ligne d'action préconisée vise à exercer des pressions aux niveaux local et régional, au travers d'une bonne image et d'une vraie crédibilité de l'hôtellerie et des établissements publics, tandis que l'on s'emploiera, au niveau des organes dirigeants de la SSH, à faire accepter l'idée d'une intégration de la branche hôtelière dans «une collaboration économique nationale se concrétisant ensuite en fonction des régions».

Car l'agent ne manque pas, notamment dans les caisses de pension et autres fonds de prévoyance des grandes organisations et institutions. «Il y a certainement là pour l'hôtellerie des possibilités de trouver les moyens qui lui manquent à des conditions acceptables», estime Pierre-Olivier Barraud (Genève).

Le président des hôteliers genevois propose aussi que la SSH et Suisse Tourisme entreprennent immédiatement une campagne de réhabilitation aux USA afin de contrer l'image négative engendrée par la question des avoirs juifs dans les banques suisses. Et, toujours à propos

d'argent, le GTR affiche sa détermination contre le projet de la «Romande des jeux» dont la mainmise sur les casinos serait autant d'argent en moins pour le tourisme, contrairement à l'idée première contenue dans l'esprit de la loi acceptée par le Souverain suisse.

L'avenir est à l'événementiel

Selon Eric Bixelx (Valais), nombre de problèmes viennent du fait d'un manque d'unité de la branche touristique, alors que l'union fait la force. «Il faut parler le même langage partout, face aux autorités et face au public». C'est aussi l'avis de Victor Almiéri (Fribourg), soucieux de constater que ses troupes, quelque peu déconcentrées par certains problèmes du moment, menacent de lui échapper.

Parmi les espérances et les espoirs des membres du GTR, on citera les informations de Michel Riba annonçant, dans le cadre des premiers préparatifs en vue de l'Exposition nationale de 2001 dans la Région des trois lacs, les projets de charte éthique et de centrale de réservations, engageant la collaboration des hôteliers, restaurateurs et offices du tourisme.

Enfin, Corrado Kneschaurek (Tessin) est venu dire toute sa foi dans le tourisme événementiel, à l'image des Championnats du monde cycliste 1996 qui ont eu lieu à Lugano, ville qui a enregistré cet été une augmentation de ses nuitées de l'ordre de 6 %. Autre événement brièvement annoncé par Pierre Berthet, directeur adjoint de l'EHL: la vie de l'Ecole hôtelière SSH de Lausanne, entre le lancement de la section alphabétique, la construction de l'école correspondante et la mise en place du concept HES...

031 370 42 16

CARROUSEL

031 370 42 24

Tourismus

Paul Reutlinger, ex-Swissair-Marketingchef und aktueller Präsident der belgischen Fluggesellschaft Sabena (siehe auch Seite 2), hat ein neues Amt: Er wurde zum Verwaltungsratspräsidenten der Delta Airlines Transport (DAT) ernannt. Die DAT, an der die Sabena eine Beteiligung von 79 Prozent hält, verfügt über eine Flotte von 24 Flugzeugen und beschäftigt 640 Angestellte. Reutlinger löst damit **Bernadette Franzi-Van Milders** ab.

In einer Kampfwahl um das Amt des Gemeinderatspräsidenten von Saanen ist der bisherige Amtsinhaber **Leon Blunsch** (FDP) deutlich mit 71 Prozent der Stimmen wiedergewählt worden. Gegenkandidatin war **Bethli Kung** (SVP). Der freisinnige Hotelier des Gstaad «Bernhof» habe sich bei der Sanierung der Bergbahnen Gstaad Saanenland profilieren können, glaubt der «Bernser Oberländer». Blunsch erklärt, er wolle auch in seiner zweiten vierjährigen Amtszeit das ganzheitliche Denken in der Politik weiterpflegen. **SR**

Der 31jährige **Jürg Capol** wird neuer Geschäftsführer des Kurvereins Silvaplana. Der in Chur aufgewachsene, diplomierte Marketingplaner tritt im nächsten Frühjahr die Nachfolge von **Jon-Fadri Huder** an, der in die Privatwirtschaft wechselt. Mit dem mehrfachen Langlauf-Schweizermeister, Olympia- und WM-Teilnehmer Capol will Silvaplana die Positionierung als Anbieter von trendigen Sportferien im Engadin stärken. In diesem Sommer stand der neue Tourismusmanager an der Organisationspitze des erfolgreichen Engadin-Inlinemarathons. Capol sieht seine Stärken in der Begeisterungsfähigkeit. «Beim Langlauf lernt man zu kämpfen», so der mehrsprachige, als kommunikativ und offen geltende Bündner. **SC**

Der Kur- und Verkehrsverein Klosters hat einen neuen Präsidenten: **Albert M. Burkhard** (Hotel Rätia) wurde kürzlich von der Generalsversammlung als Nachfolger von **Daniel Lareida** (Hotel Sport) gewählt. Albert M. Burkhard war bisher Vorstandsmitglied.

Neu in den Vorstand gewählt wurde **Hubert Baumgartner** (Madrisa Bergbahnen). **MAY**

Nach nur drei Monaten in seiner Funktion als Leiter des Verkehrsbüros Rapperswil-Jona, hat **Michael Brunner** seinen Arbeitsplatz vor wenigen Tagen auch schon wieder geräumt. Mit sofortiger Wirkung von seinem Amt zurückgetreten ist der Einheimische «aufgrund unvereinbarer Standpunkte in der Personalführung der Tourist Information», so der offizielle Wortlaut. Über die Hintergründe des schnellen Abgangs wollten gegenüber der *htr* weder er selbst noch der Verkehrs- und Verschönerungsverein Rapperswil-Jona Auskunft erteilen. Ob und wie die vakante Stelle besetzt wird, bespricht der Vorstand in seiner Sitzung von Ende Oktober oder Ende November. **HU**

Hotellerie



Das 4-Stern-Seehotel Meierhof in Horgen wird neu von **Damiano Salvia** geleitet. Damiano Salvia leitete während seiner bisherigen Laufbahn ein Schlosshotel in Bayern, zuvor wirkte er während acht Jahren als Vizedirektor im Hotel Eden au Lac in Zürich. Er war zudem vier Jahre lang Präsident der «Amicale Chef de Réceptions et Sous-Directeurs». Das Seehotel mit 113 Zimmern wird in den nächsten Monaten einer Teilerneuerung unterzogen. Das Restaurant «La Terrasse» im fünften Stock wurde bereits vollständig renoviert. Das Seehotel Meierhof will sich vermehrt im FIT- und im Bankettgeschäft profilieren. **UM**



Zum neuen Vizedirektor des 5-Stern-Hotels Kulm in St. Moritz ist **Dominique Nicolas Godat** ernannt worden. Godat ist Absolvent der Hotelfachschule Lausanne. Zusätzlich bildete er sich an der Cornell University in Ithaca/USA in den Bereichen Marketing und

Human Resources weiter. Seine beruflichen Stationen führten ihn bisher als Front Office Manager in das Hotel Mirador auf dem Mont Pèlerin, als Food & Beverage Director in das Hotel Beau-Rivage in Lausanne und in die New Yorker Hotels Plaza Athénée, Stanhope Hotel und die letzten drei Jahre in das Pierre Hotel in der amerikanischen Metropole. Sein Aufgabebereich im St. Moritzer Hotel Kulm wird die Bereiche Front Office, Produktgestaltung und den Verkauf umfassen. **UM**

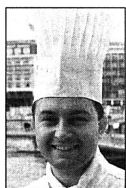
Bei Best Western Swiss Hotels in Bern hat **Florence Zaugg Schläpfer** die Nachfolge von **André Wiedenhofer** angetreten. Frau Zaugg ist die neue Direktionsassistentin von BWSH-Direktor **Peter Hürlimann**. **R.**

Gastronomie & Technik



Richard Plattner heisst der neue Food- und Beverage-Manager des von **Adrian Stalder** geführten Hotel Saratz in Pontresina. Richard Plattner hat nach mehrjähriger Laufbahn als Koch in verschiedenen Hotels in Italien und in der Schweiz 1992 die Höhere Gastronomie- und Hotelfachschule in Thun besucht. Seither führten ihn berufliche Stationen im F&B-Management unter anderem während zwei Jahren ins Peninsula Hotels in Beverly Hills (USA) und zuletzt ins Hotel Dolder Waldhaus in Zürich. **GSG**

Hôtellerie et tourisme



David Félsaz (photo) est le nouveau chef de cuisine exécutif de l'Hôtel des Bergues à Genève. Il remplace ainsi **Albert Felli** qui, après 15 ans de fidélité de service, a décidé de poursuivre sa carrière dans le domaine médical à la Clinique générale de Beaulieu. Agé de 28 ans, David Félsaz avait travaillé auparavant à l'Hôtel du Rhône sous la tutelle de **Gilles Dupont**. **LM**

Basel



Happy birthday, Phantom!

Ein Jahr nach der Premiere des Musicals «The Phantom of the Opera» vom 12. Oktober 95 konnte das Musical Theater Basel Geburtstag feiern. **Kevin Wallace** (links neben «Phantom» **Florian Schneider**), Managing Director der Produktionsgesellschaft The Really Useful Company, zeigte sich mit der Zahl von rund 450 000 Besuchern zu-

frieden. Zwei bis fünf Jahre soll das Phantom noch durch die für 25 Millionen Franken umgebaute einstige Messchalle spuken. Danach soll sich Basel mit einer neuen Produktion als Musical-Standort weiter etablieren. Weltweit haben bereits über 40 Millionen Menschen das Musical von **Andrew Lloyd Webber** gesehen. (Foto: zvg) **KK**

Marke Schweiz



T-Shirts für besseres Image

Die Schweiz ist in den vergangenen Monaten negativ in die Schlagzeilen geraten. Rinderwahnsinn und Nazi-Raubgold haben dem einst guten Image arg zugesetzt. Der junge Genfer **Philippe Gindraux** will nun Gegensteuer geben: Er hat eine T-Shirt-Kollektion «Genius» entworfen. Auf den Leibchen sind berühm-

te Persönlichkeiten mit dem Schriftzug «I love Switzerland» abgebildet. Es sind Schweizer oder andere, die im Laufe der Geschichte an dieses Land geglaubt haben und viel zu seiner Beliebtheit beigetragen. Zum Beispiel **Audrey Hepburn**, **Paul Klee**, **Henri Dunant**, **Albert Einstein** oder **Charlie Chaplin**. (Foto: zvg) **MAI**

«Jeunes restaurateurs»

Florian Wehrli, 1er

Conformément à une tradition établie depuis désormais quatre ans, la section helvétique des «Jeunes restaurateurs d'Europe» a récemment procédé à l'élection du meilleur apprenti cuisinier de l'année. Le jury, composé notamment de **Catherine Michel** et de **Frank Fol**, président des «Jeunes restaurateurs d'Europe», s'est prononcé en faveur de **Florian Wehrli**, de l'Hôtel de la Gare du Noirmont, qui a remporté le 1er prix devant **Pascal Richoz**, de l'Hôtel Royal Plaza de Montreux, et **Sébastien Nydegger**, de l'Hôtel des Bergues de Genève. Florian Wehrli représentera la Suisse lors du concours du meilleur apprenti d'Europe qui se déroulera au mois de février 1997. **LM**

Marketing touristique

Un concept «attendu»

L'Union fribourgeoise du tourisme avait chargé la Fédération suisse du tourisme (FST) de définir, en collaboration avec un groupe de réflexion et les sous-régions touristiques, des bases de développement, des objectifs et des mesures à prendre en vue de fixer les activités du tourisme fribourgeois selon un plan directeur et un concept de marketing. L'analyse de la situation, selon la FST, est terminée; les résultats ainsi obtenus seront discutés au sein du groupe de réflexion, avant de prendre les dispositions nécessaires pour «pratiquer un marketing touristique bien coordonné et efficace». **JS**

AGENDA

Tourismus

Messen, Tagungen, Workshops Foires, réunions, workshops 1996

- 11.11. bis 14.11. WTM, London
- 1997
- 09.01. bis 12.01. Ferienmesse, Bern
- 17.01. bis 19.01. Ferienmesse, Basel
- 23.01. bis 26.01. Fespo, Zürich
- 30.01. bis 02.02. Fespo, Genf
- 14.02. bis 16.02. Ferienmesse, St. Gallen
- 14.02. Touristikertag, St. Gallen
- 26.02. bis 02.03. BIT, Milano
- 08.03. bis 12.03. ITB, Berlin
- 17.03. bis 18.03. Schweizer Tourismustag, Zürich
- 26.03. bis 29.03. MITT, Moskau
- 06.04. bis 08.04. STM, Crans-Montana
- 23.04. bis 26.04. Swiss Alpina, Martigny
- 13.05. bis 15.05. EIBTM, Genf
- 11.06. bis 12.06. Swiss Event, Zürich-Oerlikon
- 24.06. bis 26.06. RDA-Workshop, Köln
- 07.10. bis 09.10. IT & ME, Chicago
- 28.10. bis 30.10. TTW, Montreux
- 17.11. bis 20.11. WTM, London

Generalversammlungen Assemblée générale 1996

- 05.11. Mitgliederversammlung ASTAG, St. Gallen
- 15.11. Generalversammlung SRV, Basel

1997

- 29.05. Mitgliederversammlung Schweiz Tourismus, Kandersteg
- 03.09. bis 04.09. Generalversammlung STV, Davos
- 04.09. Generalversammlung Schweizerischer Verband der Seilbahnunternehmungen, Arosa

Ausbildung Formation 1996

- 07.11. Seminar «PR für das Reisebüro», SRF Aarau

Hotellerie/Gastronomie/Technik

Messen, Tagungen, Workshops Foires, réunions, workshops 1996

- 03.11. bis 05.11. Kongress der österreichischen Beislwirte, Gmunden
- 05.11. bis 09.11. Anuga Foodtec, Köln
- 07.11. bis 11.11. Salon de la Gastronomie, Bourg en Bresse
- 09.11. bis 13.11. Alles für den Gast, Salzburg
- 14.11. bis 16.11. Brau, Nürnberg
- 20.11. bis 23.11. Foodapest, Budapest
- 23.11. bis 26.11. Käse, Zürich
- 23.11. bis 27.11. Gastronomia, Lausanne

1997

- 24.01. bis 27.01. Pizza Tec, Berlin
- 25.01. bis 29.01. SIRHA, Lyon
- 16.02. bis 19.02. Aufgetischt, Wien
- 19.02. bis 22.02. Food & Hotel Indonesia, Jakarta
- 02.03. bis 05.03. Swinging Gast, Klagenfurt
- 17.05. bis 21.05. NRA, Chicago
- 19.09. bis 26.09. Drinktec/Interbrau, München
- 23.11. bis 26.11. IGEHO, Basel

Generalversammlungen Assemblée générale 1996

- 03.12. Generalversammlung Minotel, Chur

Sämtliche Angaben ohne Gewähr

Swissair

Lehrlinge helfen Albanien

Ein ungewöhnliches Projekt führten die Lehrlinge der Swissair durch: Statt einer traditionellen Projektwoche leisteten sie einen freiwilligen Hilfseinsatz im SOS-Kinderdorf Tirana.

«Es gibt viel zu tun, packen wir's an», hat sich **Pierre Métrallier**, Verantwortlicher für das Swissair-Lehrlingswesen, gesagt, als er eine Projektwoche für die 60 Lehrlinge plante. Statt einer Projektwoche im üblichen Rahmen organisierte er einen Hilfseinsatz im SOS-Kinderdorf in Tirana. Vergangene Woche reiste nun die erste Lehrlingsgruppe nach Albanien. Dort erwies sich das Streichen der Häuser als vorrangigste Arbeit. Doch die Lehrlinge hatten sich noch mehr vorgenommen: Sie bauten auch einen Hühnerstall am Dorfrand. Im weiteren sah der Wochenplan vor, zwei Nachmittage bei Spiel und Unterhaltung mit den Kindern zu verbringen. Das Geld für die Projekte hatten die Lehrlinge im Vorfeld ihres Einsatzes mit einem Sponsorenlauf und Autowaschen selbst gesammelt. **Ruth Eckhardt** und **Walter Mahler**, zwei Lehrkräfte an der Swissair-Schule, ziehen ein erstes positives Fazit über das Projekt. Insbesondere wird hervorgehoben, dass die Lehrlinge vor und während ihres Einsatzes viel Eigeninitiative entwickeln mussten. Positiv kommentiert auch **Marco Segone**, Verantwortlicher der Projekte SOS-Kinderdörfer in Albanien, den Einsatz der Swissair-Lehrlinge. **R.**

FRONT/KADER

Lukrative Verdienstmöglichkeit!

Haben Sie Kontakte
nach den USA?

Info Telefon: 079 301 86 45

oder

Fax 031 869 50 52

89074/386575

Aeschi

liegt im Berner Oberland, auf einer Sonnenterrasse
mit herrlichem Blick auf die umliegenden Berge und
den Thunersee.

Möchten Sie ab Anfang 1997 als

Verkehrsbüroleiter/in

dazu beitragen, dass jedes Jahr rund 20000
Gäste und noch viele mehr ihre schönsten Tage
des Jahres in Aeschi verbringen?

Eine herzliche und kompetente Gästebetreuung
steht im Zentrum Ihrer Arbeit. Zusammen mit den
touristischen Partnern organisieren Sie kreative
Aktivitäten und Angebote. Durch gezielte Aktionen
fördern Sie das Tourismusbewusstsein sowie die
qualitative Verbesserung des touristischen Ange-
botes.

Sie sind verantwortlich für den Verkehrsbürobetrieb
und erledigen alle anfallenden Arbeiten inkl. Buch-
haltung. Unsere Lehrtochter bilden Sie mit Einfüh-
lungsvermögen und Geduld aus.

Für diese anspruchsvolle und vielseitige Aufgabe
bringen Sie eine kaufmännische Ausbildung,
Erfahrung im Tourismus, sehr gute Fremdsprach-
kenntnisse in Englisch und Französisch sowie
EDV-Erfahrung (Word und Access) mit. Sie lieben
den Kontakt mit Menschen, wissen diese zu moti-
vieren und von Ihren Ideen zu überzeugen.

Fühlen Sie sich angesprochen?

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre schriftliche
Bewerbung mit Lohnvorstellungen (bis 22. Novem-
ber 1996).

Verkehrsverein Aeschi
Peter Lengacher, Präsident
3703 Aeschi
Telefon 033 54 23 47
(ab 9. November 1996 033 654 23 47)

89065/55417

Ihr Kaderinserat in der



Hier ist Ihre grosse Chance:

Möchten Sie mehr Erfolg und Lebensfreude?

Immer mehr Menschen tun etwas für ihre Vitalität
und Gesundheit. Lesen Sie hier, wie Sie jetzt in der
»boomenden« Fitness-Branche Karriere machen.

Ganz so abwegig ist es nicht. Sie sind bestens ausgebildet und fra-
gen sich vielleicht, ob Sie Ihre fundierten Kenntnisse wirklich
optimal nutzen können. Haben Sie sich auch schon überlegt, Ihr
Wissen in einer anderen Branche erfolgreich einzusetzen?

Sie arbeiten gerne mit Menschen und legen Wert darauf, Ihren Körper
jung und fit zu halten. Haben Sie schon einmal daran gedacht, diese
Wünsche zu kombinieren? Ja? – Dann lohnt es sich für Sie ganz
bestimmt, diese tolle Herausforderung jetzt gleich näher zu prüfen.

Geschäftsführer-Assistentin

In dieser vielfältigen und spannenden Aufgabe sind Sie für die Organi-
sation des Empfangs zuständig. Interessante administrative Tätigkei-
ten wechseln sich ab mit Gästekontakten, auf die Sie soviel Wert legen.
Als rechte Hand des Geschäftsführers nehmen Sie auch wichtige
Führungsfunktionen wahr und setzen Ihre Marketingkenntnisse ein.
Am besten, Sie überzeugen sich selbst. Senden Sie Ihre Bewerbung jetzt
gleich an diese Adresse, und bald wissen Sie mehr:



TC-Training Center Sursee
Roger Gestach
Allmendstrasse 6
6210 Sursee
Telefon 041 926 34 34

P. 89019/38663

Uebrigens...Obwohl Sie eine fundierte Ausbildung mitbringen,
besuchen Sie laufend Weiterbildungs-Seminare. Wir glauben,
die Kunden spüren doch einfach ob man kompetent ist. Darum
sollten wir hier Prioritäten setzen. Meinen Sie nicht auch?

Saenen bei Gstaad

Im Auftrag eines ausländischen Kun-
den suchen wir ab 1. Dezember 1996
oder nach Vereinbarung im Privat-
haushalt in Saenen eine/n versierte/n
diplomierten/n

Küchenchef/in

(Englisch oder Französisch spre-
chend) in Dauerstellung.

Schriftliche Offerten mit Referenzen
sind zu senden an Chiffre 88975, *ho-
tel + tourismus revue*, Postfach, 3001
Bern.

88975/33661

Gesucht in Winterthur, per sofort
oder nach Vereinbarung

Alleinkoch

mit Kenntnis der italienischen
Küche.

Telefon ab 10.00 Uhr:
052 222 19 57 oder 052 222 86 40

89098/38642



Gesucht per sofort

Gastgeber

zur Geschäftsführung eines
bestbekannten Hotels der
Innerschweiz.

Nähere Informationen erhalten
Sie über **TEL. 01 814 07 38**
(Herr Spitz).

89086/17604

DAS INTERNATIONALE ***HOTEL AM FLUGHAFEN KLOTEN
8302 Kloten/Flughafen, Tel. 01 814 07 27, Telex 825527

Thunersee
Gesucht auf November/Dezember

Chef de partie

Wir suchen einen teamfreudigen, ideenrei-
chen und einsatzbegeisterten Chef de par-
tie für bekanntes Restaurant am Thuner-
see. Hätten Sie auch Freude, Lehrlinge mit-
auszubilden sowie den Küchenchef hier und
da abzulösen?

Nebst marktorientierter Küche mit viel
Fisch und Banketten hat bei uns auch die
traditionelle Küche ihren Stellenwert.
Sollte all dies Ihre Vorstellungen treffen,
und sollten Sie sich in einer mittleren Bri-
gade wohl fühlen, dann rufen Sie uns an
oder senden Sie uns Ihre Unterlagen.

P. Wiedmer
Gourmet Restaurant Perle
3846 Eingen – Soiez
Telefon 033 54 22 15

88859/61735

BLASER

Gastronomie • Hotellerie • Freizeit

Unser Auftraggeber ist ein Grossrestaurant in der Phar-
ma-industrie. Den kulinarischen Höhepunkt setzt das
Direktionsrestaurant, in welchem täglich 50-150 an-
spruchsvolle Gäste verwöhnt werden. Um in diesem Be-
triebsteil neue, kundenorientierte Akzente zu setzen, su-
chen wir eine/n

Leiter/in Direktionsküche

Sie sind max. 40 Jahre alt; CH-Bürger/in oder im Be-
sitz einer gültigen Arbeitsbewilligung und verfügen über
einen lückenlosen Lebenslauf sowie entsprechende Lei-
stungsbewertung aus Schulung und Praxis. Sie sind krea-
tiv und legen Wert auf einen hohen kulinarischen Stan-
dard. Durch Ihre Führungsstärke und Teamfähigkeit sind
Sie ein verantwortungsvoller und motivierender Vorge-
setzter. Zusätzlich sind Sie stark unternehmerisch den-
kend und handelnd sowie kalkulationsbewusst. Eine saubere
und gepflegte Erscheinung ist für Sie selbstver-
ständlich.

Eine anspruchsvolle Tätigkeit in einem modernen
und zukunftsorientierten Unternehmen mit fortschrittl-
ichen Sozialleistungen erwartet Sie. Ausserdem sind Ta-
gesdienst mit Sa/So frei, Unterstützung im Bereich der
Aus- und Weiterbildung, 5 Wochen Ferien sowie der
«13.» eine Selbstverständlichkeit.

Haben Sie Freude, diese Küche auf bekannt hohem
Niveau zu führen? Wenn Sie an einem langfristigen
Engagement interessiert sind, erwarten wir gerne Ihre
schriftliche Bewerbung. Für erste Fragen steht Ihnen Herr
Stephan Blaser jederzeit zur Verfügung. Wir sichern
Ihnen absolute Diskretion zu.

Temporär • Dauer • Kader

Basel 4051 • Steinenvorstadt 53 • Fon 061/281 40 44
Zürich 8001 • Bahnhofstrasse 104 • Fon 01/212 11 44

<http://www.gastronet.ch>



Wir bieten Ihnen eine erste Kaderstelle als

F&B-Controller/Einkäufer ab Anfang 1997

Jahresstelle

Wir stellen Sie uns folgendermassen vor:

Ihr Lebenslauf: – geboren zwischen zirka 1970 und 1975
– abgeschlossene Berufsausbildung im Gast-
gewerbe (vorzugsweise Küche oder
Service)
– etwas Berufserfahrung und Hotelfach-
schule.

Ihr Charakter: – einsatzfreudig und belastbar
– innovativ, spezialisiert und genau
– selbstständig und doch fähig, in einem
kleinen Team zu arbeiten.

Ihre Kenntnisse: – fundiertes Wissen im F&B
– Computerkenntnisse (PC-Basis und
mit Vorteil auf IBM AS 400)
– sprachgewandt.

Das Hotel: – total renoviert 1990, 55 luxuriöse Zim-
mer und Suiten, Restaurant mit grosser
Seeterrasse, Planobar, Aussenbad,
Hallenbad, Fitness, Sauna, Beauty-
Farm, Massage und Coiffeur
– Mitglied der Swiss Leading Hotels
– geöffnet von März bis Januar.

Wenn Sie sicher sind, dass Sie bei uns und mit uns arbeiten
möchten, dann schicken Sie bitte Ihre kompletten Unterla-
gen mit Foto und Lohnvorstellungen an:

Hotel Eden Roc – Urs B. Füg, Direktor
– Postfach – 6612 Ascona



MEMBRE DU GROUPEMENT DES HOTELS
DE TOUT PREMIER RANG DE SUISSE

89000/1988

Inhalt

	Seite
Stellenmarkt	
Front/Kader	1
Kader/Verkauf/Hotellerie	2
Hotellerie	3-9
Stellengesuche	11

Sommaire

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

Anzeigenschluss

Freitag, 17.00 Uhr

Personalberatung für
Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

ADIA HOTEL

**Aktuelle
Stellenangebote
auf Seite 7**

ADIA HOTEL
Badener-Longstr. 11 • 8026 Zürich
Telefon 01/242 22 11

VERKAUF

Catering
nach Man

In über 100 Unternehmen der ganzen Schweiz lassen wir jede Mahlzeit zu einem echten Erlebnis werden.

Zur Verstärkung unseres Verkaufsteams suchen wir eine/n

Verkaufsverantwortliche/n
Region Bern/Basel

Sie suchen die Herausforderung und verfügen über folgende Stärken:

- Dynamik, Selbständigkeit, Anpassungsfähigkeit
- Überzeugungskraft, Kontaktfreudigkeit
- Sie haben Erfahrung im Verkauf von Dienstleistungen und besitzen Verhandlungsgeschick im Umgang mit Führungskräften
- gute Kenntnisse des wirtschaftlichen Umfeldes der Kantone Bern und/oder Basel.

Sie werden folgende Aufgaben übernehmen:

- Kontaktaufnahme und Termine vereinbaren
- Durchführung von Verkaufspräsentationen bei potentiellen Kunden
- Erarbeitung von kundenorientierten Offerten
- Führen von Vertragsverhandlungen bis zur Vertragsunterzeichnung.

Als Gegenleistung bieten wir Ihnen unter anderem:

- leistungsbezogene Entlohnung, sehr gute Sozialleistungen und Entwicklungsmöglichkeiten.

Ihr Arbeitsort wird in Bern sein. Wenn Sie ungefähr 30 Jahre alt sind, Ihre Muttersprache Deutsch ist und Sie über gute Französischkenntnisse verfügen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen und Foto.

Eurest SA (Suisse)
Jean-Marc Janel
Grand-Rue 90, 1820 Montreux
Telefon 021 966 42 62



P. 8904/110368

LAUFEN

United Table Ware

EIN BEZIRK DER PORZELLANFABRIK LANGENTHAL AG

Für die Verkaufsabteilung der LAUFEN United Table Ware suchen wir eine

Kundendienst-Assistentin

Haben Sie Lust, die schönsten gastronomischen Tischambiente der Schweiz mitzugestalten? Sind Sie eine selbständige, verkaufsorientierte Persönlichkeit, die ihre administrativen und gastgewerblichen Erfahrungen in diese entwicklungsfähige Position einbringen möchte?

In dieser kombinierten Verkaufs- und Administrationaufgabe werden Sie Ihr Verhandlungsgeschick, Ihre Gastronomieerfahrung und Ihre Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch und Italienisch/Englisch gut anwenden können. n2070

Sie verfügen über eine kaufmännische Grundausbildung, PC-Kenntnisse Windows 95, Verkaufserfahrung und kennen die Gastronomie. Ihr Idealalter ist zwischen 25 und 35 Jahren.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung! Haben Sie Fragen? Dann rufen Sie Frau I. Bützberger an.



LAUFEN UNITED TABLE WARE
CH-4900 LANGENTHAL, TELEFON 063 28 21 01

Qualität vom Produzenten direkt
auf den Gästetisch

300333

PA 8909/44270

KADER • CADRES

HOREGA
SELECT

The place to go ...

... für die kommende Wintersaison in St. Moritz!

Ein neues «In-Lokal» mit einem absolut aussergewöhnlichen Konzept setzt neue Massstäbe im Bereich der Unterhaltung. (Mehr verraten wir im Moment noch nicht.)

Im Auftrag der Besitzerschaft suchen wir für diese Neueröffnung per 1. 12. 1996 eine ganz spezielle Persönlichkeit als

Geschäftsführer/in

(mit Patent A)

... und so sollten Sie sein:

- absolut begeisterungsfähig, mit einem kleinen Funken «Craziness» - extrovertiert, ehrgeizig und erfolgsorientiert, und vor allem fähig, sich voll und ganz mit diesem Konzept und seinen vielfältigen Aktivitäten zu identifizieren.
- eine gute/r Organisator/in, mit Begeisterung für Unterhaltung, Show, Musik und Aussergewöhnlichem.
- eine gepflegte Erscheinung, sehr sprachgewandt (D, E, I, evtl. F), mit dem ganz speziellen Gastgeberflair: Kontakte zu pflegen und Beziehungen zu schaffen.

... Selbstverständlich setzen wir eine fundierte Berufs- und Führungserfahrung in der Gastronomie voraus. Möglichkeiten einer saisonalen Anstellung sind vorhanden.

Wenn diese aussergewöhnliche Position Sie interessiert, so senden Sie uns so rasch als möglich Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto; oder rufen Sie uns für eine erste Vorbesprechung an:

HOREGA Select Kaderberatung AG
Frau Y. Hirsbrunner
Stänzergasse 7, 4051 Basel
Telefon 061 281 95 91, Telefax 061 281 75 45

HOREGA SELECT

Fachpersonal • Kaderstellen • Direktionen
Mieter • Pächtersuche • Krisenmanagement

8909/0208191

Wenn's
prestiört...

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



HOTELLERIE

«Sehr geehrter Herr Direktor, noch lieber als in Ihrem Hotel übernachten, würde ich in Ihrem Hotel arbeiten.»

Könnte dies auch auf Sie zutreffen?
Drei weitere Möglichkeiten für junge Berufspraxis, im Widder-Team dabeizusein!

Widder Bar:

Stv. Chef de bar (w/m)
Commis de bar (w/m)

Réception:

Night-auditor
(Wochenenden/Teilzeit)

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche
Bewerbung mit den kompletten Unterlagen
und Foto.

Christoph Brügger
Leiter Administration
Widder Hotel
Rennweg 7, 8001 Zürich
Telefon 01 224 25 26

★ ★ ★ ★ ★

WIDDER
HOTEL

The Swiss Leading Hotels

89102/379204



Die Flughafen-Restaurants Zürich gehören mit über 20 Restaurants und Bars zu den grössten Gastronomie-Unternehmen der Schweiz.
Für unsere Betriebe am Flughafen Zürich suchen wir nach Vereinbarung oder per sofort noch

Jungköche w/m

Wir bieten Ihnen einen modernen Arbeitsplatz in einem jungen Team sowie sehr gute Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten an.

Und übrigens! Auf Wunsch vermitteln wir Ihnen ein schönes Zimmer in unseren eigenen Liegenschaften in der Nähe des Arbeitsortes.

Interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen, oder rufen Sie uns an.

FLUGHAFEN-RESTAURANTS ZÜRICH

Herr J. Rubio
Postfach 1523
8058 Zürich-Flughafen
Telefon 01 816 60 36

89052/40290

Wir suchen für kommende Wintersaison
in kleines Familienhotel mit Speise-
restaurant

Serviertochter

Für weitere Informationen stehen wir
Ihnen gerne zur Verfügung und freuen
uns auf Ihren Anruf.

Familie
Robert Bless
Hotel Mätzli
8897 Flumserberg
Telefon 081 733 11 28

88800/132446

Wir suchen zur Verstärkung unseres Teams
per sofort oder nach Übereinkunft

Chef de partie
Jungkoch

Stellenantritt, Arbeitszeit und Gehalt regeln
wir am besten bei einer persönlichen
Besprechung. Auf Wunsch steht ein Zimmer
zur Verfügung.

Rufen Sie uns an, damit wir einen Termin
vereinbaren können.



Restaurant «Höffli»
Ebikon

Dienstagmittag und Mittwoch geschlossen
Telefon 041 440 37 44,
Herr Meyer verlangen

PA 88676/280437

Wallis/Brig

In unserem jungen Team suchen
wir per 1. oder 15. Dezember
tüchtigen, im A-la-carte-Service
gewandten

Koch

sowie freundliche

Serviertochter

Telefon 028 22 99 99.

89077/26344

Gasthof Adler
8427 Rorbas ZH

In unser gepflegtes Speiserestaurant (zirka 10 Automaten vom Flughafen Kloten entfernt) suchen wir junge, deutschsprachige

Servicefachangestellte m/w

(eine Jahresstelle CH, C, B)
wir per 1. oder 15. Dezember
evtl. Aushilfe für 2 Monate

Interessieren Sie sich für diese
Stelle, telefonieren Sie uns.

A. und W. Lindauer
Telefon 01 865 01 12
Fax 01 876 02 16

89089/29122

Impressum

Verlag/Redaktion: Monbijoustrasse 130
Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 42 22
Fax 031 370 42 23

Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein
SHV, Bern

Gesamtleitung: Werner Friedrich

Verlagsleitung: Peter Schibler

Anzeigenverkauf: Marc Moser
Dominik Chammarin
(Agenturen)

Millimeterpreis

Stellenangebote: Fr. 1.27 (inkl. MwSt.)

Stellengesuche: Fr. 1.27 (inkl. MwSt.)

Last minute: Fr. 2.55 (inkl. MwSt.)

Anzeigenschluss

Anzeigenschluss: Freitag, 17.00 Uhr
Wiederholungen: Montag, 10.00 Uhr
Last minute: Montag, 16.00 Uhr

Layout/Satz: Fischer Druck AG, Münsingen
Roland Berger,

Druck: Druckzentrum Bern

Seehotel Rigi-Royal
Immensee am Zugersee, Nähe Luzern

Gediegenes Familienhotel mit 70 Betten und grosser Restauration sucht in Jahresbetrieb

Aide du patron (CH)

Servicefachangestellte
mit Ausbildung

Koch für Sommersaison

ab März 1997 (CH oder D)

Eintritte nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen (z. H. E. Rückstuhl) – Telefon 041 850 31 31.

89093/16039

Wir suchen auf die Wintersaison 96/97 (gerne auch länger)

Gouvernante
Zimmermädchen
Pizzaiolo

welche durch Taten statt Worte ihr Team überzeugen und mithelfen, einem seit Jahren erfolgreichen Hotelkonzept (Familienbetrieb) zum Durchbruch zu verhelfen.

Super Betriebsklima, dynamisch, jung, fröhlich, familiär.

Beliebtes Berghotel in der Zentralschweiz.

Auskunft gerne unter Chiffre 88883, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

Paradies
RESTAURANT
RORSCHACHERBERG



Unser neuer Wintergarten verspricht viel Erfolg. Deshalb braucht unser Chef Verstärkung.

Per sofort oder nach Übereinkunft suchen wir

Koch
sowie

Hilfe für allgem. Reinigungsarbeiten

Jung, kreativ und immer daran interessiert, was Neues auf den Teller zu zaubern, dann sind Sie für unser junges Team goldrichtig.

Möchten Sie mehr erfahren, rufen Sie uns doch einfach mal an, oder senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen.

Koni Beer, Restaurant Paradies
9400 Rorschach, Telefon 071 855 13 33

88885/17312

**KURSAAL
BERN**

Arbeiten Sie am liebsten in einer tollen Atmosphäre?

Haben Sie Spass, Grossbankette, Buffets und gepflegte A-la-carte-Gerichte vorzubereiten?

Freuen Sie sich über sechs Feiertage, fünf Wochen Ferien und 42-Std.-Woche?

Wollen Sie in den Genuss einer fortschrittlichen Lohn- und Mitarbeiterpolitik kommen?

Sind Sie berufserfahren und bereit für eine Herausforderung in unserem Grossbetrieb?

Kursaal Bärn, ja gärn?

Wenn ja, dann haben wir die richtige Stelle für Sie in unserem jungen, dynamischen Küchenteam.

Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir einen qualifizierten

Chef de partie (m/w)

Melden Sie sich doch gleich bei Frau Bähler:

Kongress + Kursaal Bern
Postfach, 3000 Bern 25
Tel. 031 333 10 10

89033/4405

Suchen Sie eine besondere Herausforderung?
Im Rahmen der Reorganisation des Verkehrsvereins Leukerbad suchen wir

Leiter/-in Tourismus-Büro
Leiter/-in Marketing
Leiter/-in Animation, Sport, Kultur

Im Team unter der administrativen Führung des/r Leiter/-in Tourismusbüro, aber in selbständiger Ressortverantwortlichkeit, werden diese drei Fachleute den Verkauf und Betrieb unserer Tourismusstation sicherstellen und in die Zukunft führen.

Anforderungsprofil:

- Initiative, innovative und kontaktfreudige Persönlichkeiten
- dem Ressort entsprechende Ausbildung oder Erfahrung
- EDV gewohnt, Sprachkenntnisse
- Bereitschaft zur aussergewöhnlichen und selbständigen Leistung
- Führungsqualitäten und exakte Arbeitsweise

Offerten mit den üblichen Unterlagen sind zu richten an:

ARW
AG für Beratung, Planung und Projektleitung
Peter Furger, Dr. rer. pol.
Postfach 363, CH-3930 Visp
Telefon 028 46 47 15
Telefax 028 46 61 56

Leukerbad tut gut!

LEUKERBAD
LOECHE-BES-BAINS

VI 88971/132039

Kochendörfer
Café - Restaurant - Konditorei

sucht für kommenden Winter (Dezember) zwei gelernte, sprachkundige

Servicemitarbeiter/innen

sowie

Chef de partie

(Saucier/Tournant)

Jungkoch

(mit mindestens zwei Jahren Berufserfahrung)

Interessiert?

Bitte telefonieren Sie uns!
Telefon 081 842 64 34
Herrn oder Frau Kochendörfer verlangen.

Kochendörfer, Pontresina, Schweiz

HOTEL RESTAURANT BALM
FAMILIE STOFER
MEGGEN

TEL. 041-377 11 35

Das Hotel Balm in Meggen ist ein vielseitiger Hotel- und Restaurationsbetrieb in der Agglomeration von Luzern.

Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir in Jahres- oder Saisonstelle (Saisonkontingent zugesichert) initiative, selbständige, junge Mitarbeiter/innen für Anfang Februar 1997.

Saucier

und

Commis entremetier

mit abgeschlossener Berufsschule.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung.

Familie Stofer-Sigrist
Hotel Balm, CH-6045 Meggen
Telefon 041 377 11 35

88973/24074

**HOTEL
KREUZ**
3510 Konolfingen

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine freundliche, erfahrene

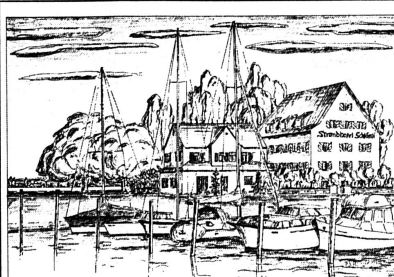
Servicefachangestellte

für den abwechslungsreichen A-la-carte-Service.

Auf Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren Anruf freuen sich Herr O. Schmutz und Frau K. Wüthrich.

Telefon 031 791 10 50

P 89076/171638



Für unsere moderne, gepflegte A-la-carte-Küche suchen wir auf November oder Dezember in Jahresstelle

Chef de partie m/w

Bringen Sie die nötige Erfahrung und Freude am Beruf mit – zögern Sie nicht, uns anzurufen oder Ihre Bewerbung zu senden.

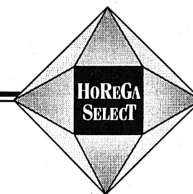
Wir freuen uns, Sie kennenzulernen.
Bruno Lüthy oder Küchenchef Urs Keller.

SCHLÖSSLI BOTTIGHOFEN



Hotel Restaurant Schlössli Bottighofen
8598 Bottighofen, Telefon 071 688 12 75

89079/5398



Unsere Auftraggeber sind Hotels und Gastronomiebetriebe in der ganzen Schweiz. Hier eine kleine Auswahl unserer aktuellen Stellenausschreibungen:

Chefin de réception

Mit Verantwortung für die ganze Administration in einem ****-Hotel, Raum Bern-Thun

Stv. Chef de réception

****-Superhotel in GR

– bekanntes Stadthotel Luzern

Réceptionist/in

– modernes ****-Hotel Agglomeration Zürich
– Luxushotels in VS und LU
– führende Häuser in Basel.

Gastgeber/in

Chef de restaurant/Chef de service

Wahre Traumstelle für engagierte Chef de service (Damen und Herren), die wirklich ihren Beruf noch als Gastgeber/in verstehen, und auch ein kulinarisch ganz spezielles Angebot in Top-Häusern vertreten möchten.
Raum Zürichsee und Innerschweiz.

Servicefachangestellte (Damen)

Wir haben noch Wintersaisonstellen in anspruchsvollen Häusern offen.

Selbstverständlich vermitteln und beraten wir alle Berufe und jede Position in Gastgewerbe.

Bitte rufen Sie uns an, oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen. Vollste Diskretion ist selbstverständlich.

HoReGa Select AG
Stänzergasse 7, 4051 Basel
Telefon 061 281 95 75, Fax 061 281 75 45

HoReGa SELECT

Fachpersonal · Kaderstellen · Direktionen
Mieter · Pächtersuche · Krisenmanagement

89050/208191

Thunersee

Gesucht auf 1. Dezember

Küchenchef

Wir suchen einen jüngeren, teamfreudigen, ideenreichen und einsatzbegeisterten Küchenchef für bekanntes Restaurant am Thunersee.

Sicher haben Sie auch Freude, Lehrlinge auszubilden, das öftern nach Marktangebot Karten zusammenzustellen, Menüs zu gestalten sowie am Herd der gesamten Küche vorzustehen.

Nebst marktorientierter Küche mit viel Fisch und Banketten hat bei uns auch die traditionelle Küche ihren Stellenwert.

Sollte all dies Ihre Vorstellungen treffen und Sie sich in einer kleineren Brigade wohl fühlen, dann rufen Sie uns an, oder senden Sie uns Ihre Unterlagen.

P. Wiedmer
Gourmet Restaurant Perle
3646 Enigen – Spiez
Telefon 033 54 22 15

88926/61735

GAUER HOTEL

SCHWEIZERHOF BERN

Wir suchen ab Mitte Dezember 1996 oder nach Neujahr eine

Hauswirtschaftsleiterin

(Generalgouvernante)

für unser bekanntes Haus. Sie wünschen sich schon lange eine Jahresstelle in einer schönen Stadt und lieben es, Verantwortung für eine grosse Abteilung zu übernehmen. Sie haben ein Auge für Details und Sie freuen sich, uns mitzuhelfen, unsere renovierten Zimmer zu einem wahren Bijou zu machen! Sie sind sehr belastbar und Sie haben die Etagen genau so gut unter Kontrolle wie alle anderen Housekeeping-Bereiche.

Wir bieten Ihnen eine interessante Kaderstelle in einem tollen Team und mit grosser Kompetenz. Sie freuen sich, Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu motivieren, und die Wünsche unserer anspruchsvollen Gäste liegen Ihnen am Herzen. Wenn Sie sich für diese überdurchschnittlich interessante Stelle interessieren, dann freuen wir uns auf Ihre komplette Bewerbung mit Foto an:

Gauer Hotel Schweizerhof
Frau Michèle Cassani, Bahnhofplatz 11, 3001 Bern
Telefon 031 341 45 01, Telefax 031 312 21 79



The
Swiss
Leading
Hotels



The Swiss Leading Hotels

P 89083/4600

hoteljob Auszug aus unserem Stellenangebot

Kanton St. Gallen

In einem 4-★-Hotel haben wir ab 1. Januar 1997 eine interessante Stelle zu besetzen. Für unseren Auftraggeber suchen wir einen kontaktfreudigen

DIREKTIONSASSISTENTEN

Die Lehre haben Sie in der Hotellerie absolviert und eine Hotelfachschule erfolgreich abgeschlossen. Die Verständigung in D/F/E ist für Sie kein Problem.

Sie vertreten die Direktion bei deren Abwesenheit und sind für das Personalwesen und interne Controlling verantwortlich. Aktivitäten, Bankette und Seminare planen Sie selbständig. Das ideale Alter für diese Jahresstelle ist zwischen 25 und 35 Jahre.

Kanton St. Gallen

Für unseren Auftraggeber, ein 3-★-Hotel mit 85 Sitzplätzen im Restaurant und einer grossen Terrasse, suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine/n

CHEF DE SERVICE m/w

Sie verfügen über eine Servicelehre und können die Gäste mit Ihren guten Weinkenntnissen kompetent beraten. Diese Position steht auch einem Chef de rang mit mehrjähriger Erfahrung offen.

In diesem Familienbetrieb arbeiten Sie zusammen mit zwei Lehrlingen und zwei ausgebildeten Servicemitarbeitern. Alter: zirka 30 Jahre.

Wintersaison 1996/97?

Haben Sie bereits genügend Mitarbeiter/innen für die kommende Wintersaison? Wir verfügen über gut qualifizierte Fachkräfte mit Saisonbewilligung für

KÜCHE UND SERVICE

Wenn Sie an Kandidatinnen und Kandidaten interessiert sind, rufen Sie uns an; wir schicken Ihnen Bewerbungsunterlagen und beraten Sie gerne.

Fühlen Sie sich durch eines dieser Stellenangebote angesprochen?

Dann erwarten wir gerne Ihre Bewerbung an nebenstehende Adresse, z.H. Frau Irène Porta. Selbstverständlich haben wir noch viele weitere, interessante Stellenangebote. Rufen Sie uns doch an; wir beraten Sie diskret und unverbindlich.



Schweizer Hotelier-Verein

Hoteljob Personalberatung
Monbijoustrasse 130 Telefon 031 370 43 33
Postfach, CH-3001 Bern Telefax 031 370 43 34

Landgasthof Cavia

7494 Wiesen

Würde es Sie reizen, uns mitzuhefen, unser neuestes Hotel/Restaurant (zwischen Davos und Lenzerheide gelegen) zum Geheimtipp des Albulatales zu machen?

Wenn Sie bereit sind, Ihr ganzes Können und Wissen in einen familiären, unkomplizierten Betrieb einzusetzen, dann sind Sie bei uns herzlich willkommen.

Wir suchen ab Mitte November

1 Servicefachangestellte 1 Commis de cuisine

Landgasthof Cavia
z.H. Lilly Bianchi
7494 Wiesen
Telefon 081 404 24 74

86387/386533

Kreativität und Innovation ausleben...

Als

Executive Chef/Küchenchef

sind Sie die neue Führungspersönlichkeit unserer Brigade. Die anspruchsvolle Tätigkeit in einem offenen Umfeld lässt viel Freiraum für Eigeninitiative und Gestaltung Ihres Aufgabenbereiches. Sie arbeiten zielgerichtet und sind mit technischen Trends in der Zubereitung Ihrer Produkte bestens vertraut. Ihre praxisorientierte Arbeitsweise und der Drang, Innovation zu fördern und zu fordern, überzeugt Ihr Team, welches die Basis Ihres Erfolges bildet. Sie verfügen zudem über eine reiche Erfahrung bei der Planung und wirtschaftlichen Umsetzung eines vielseitigen Angebotes und schaffen somit bei unserer diversifizierten und anspruchsvollen Kundschaft den notwendigen Goodwill.

Visionen in Aktivitäten transformieren, Kreativität und Innovation ausleben, neue Konzepte entwickeln und umsetzen, Verantwortung übernehmen, sind Ziele, die Sie ansprechen. Es sind Ziele, die den Vorstellungen und der Politik der neuen Direktion entsprechen.

Wir sind ein renommiertes *****-Geschäfts- und Kongress-Hotel, Member of SRS Hotels First Class Collection, mit 200 Gästezimmern, drei Restaurants mit über 300 Sitzplätzen, einer Bar, einem Convention-Center, dem Pool Inn-Club und dem Catering-Service. Wir bieten Ihnen moderne Anstellungsbedingungen in einem jungen Team und offerieren Ihnen die echte Herausforderung mit Projektcharakter.

Wenn Sie dieses Angebot interessiert, senden Sie bitte Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen an:
Herrn René M. Singelsen, Direktor,
c/o Hotel International Basel, Steinentorstrasse 25,
4001 Basel, Telefon 061 281 75 85.



0000/3255



3906 Saas-Fee

Suchen Sie für den kommenden Winter eine interessante Saisonstelle mit attraktivem Freizeitwert?

Wir suchen ab 15. Dezember 1996

2 Servicefach- mitarbeiterinnen

Wichtiger als überdurchschnittliche Fachkenntnisse sind uns Kontaktfreudigkeit, Freundlichkeit und Teamgeist. Sind Sie aufgestellt, selbstständig sowie initiativ und haben Sie Freude am Umgang mit Gästen - dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbung, oder rufen Sie uns einfach an.

Manser Sepp
Telefon 028 57 14 61

Cabaret NIGHT CLUB im Kanton Bern

sucht eine/n

BARMAID/BARMAN

per sofort oder übereinkunft

(3-4 Tageweche)

näheres unter Tel 089 / 310 30 28



Gasthof Linde Fislisbad

In unser lebhaftes Landhotel mit 25 Hotelzimmern und verschiedenen stilvollen Räumlichkeiten suchen wir auf den 1. Dezember 1996 einen

Chef de partie (Entremetier)

der sich gewohnt ist, mit frischen Produkten zu arbeiten.

Wenn Sie noch mehr über unser Landhotel erfahren möchten, so geben wir gerne telefonische Auskunft. Wir bieten Ihnen ein sehr schönes Arbeitsklima und einen hohen Lohn.

Offerten bitte an:
Markus Schibli, Landhotel Linde
Lindenplatz 1, 5442 Fislisbad
Telefon 056 493 12 80

89073/201560

The Swiss Leading Hotels

Traditionsreiches, führendes Haus im weltbekannten Wintersportort St. Moritz sucht für die kommende Wintersaison noch folgende Mitarbeiter:

Réception: **Réceptionist/in (CH)**

Küche: **Commis de cuisine**
(mit Berufslehre)

Etage: **Zimmermädchen**
(mit Berufserfahrung)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen.

KULM HOTEL ST. MORITZ
CH-7500 St. Moritz
Tel 081 832 11 51 Fax 081 833 27 38

Die Tourismusbranche informiert sich in der



Saas-Fee

Ab Mitte Dez. 1996 oder Mitte Jan. 1997 suchen wir qualifizierte/n

Servicefachangestellte/n Alleinkoch

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an

Familie Burgener-Siegfried
Restaurant Châmi-Stuba
3906 Saas Fee
Ab 2. Nov. Tel. 027 957 12 78
Fax 027 957 41 47

89049/207292



Wir sind ein ****-Stadthotel im Zentrum von Zürich und suchen zur Ergänzung unseres Teams eine/n

Réceptionistin/-en

mit Freude am Umgang mit unserer internationalen Kundschaft. Sie finden ein fröhliches, unkompliziertes Réceptionsteam vor und einen modernen Arbeitsplatz, an dem Sie durch «Fidelio» und «Word/Windows» unterstützt werden.

Falls Sie sich angesprochen fühlen, senden Sie bitte Ihre Unterlagen an:

HOTEL ENGEMATHOF ZÜRICH

z. H. Bruno Schenk
Engemattstrasse 14
8002 Zürich
Telefon 01 284 16 16



89092/40207



Der Storch hat bei uns vorbeigeschaut...

...darum suchen wir Sie kreativ, vielseitig, selbständig
Drei Voraussetzungen, auf die wir grossen Wert legen.

Ob in unserem Restaurant, Stübli, Saal oder unserer Gartenterrasse, bei uns können Sie Ihre Stärken einsetzen als

Service-mitarbeiter/in

nicht nur zum Tellertragen, sondern als aufmerksame/r Gastgeber/in.

Haben Sie Interesse an uns? Wir würden uns auf Ihre Bewerbung freuen.

Monika und Viktor Jans
Gasthaus zur Linde
CH-6312 Steinhausen
Telefon 041 741 16 57
Ruhetage: Dienstag und Mittwoch

89087/917675

DOMINO GASTRO

Der Zeitpunkt war nie günstiger, viele Top-Angebote warten auf Sie, zögern Sie nicht zu lange!

- Top-Speiselokal an der Stadtgrenze von Zürich mit überdurchschnittlichem Saal sucht sehr gut qualifizierten

Service-mitarbeiter w/m

- In-Lokal in der Stadt Zürich sucht innovative, begeisterungsfähige Person für die Stelle eines

Betriebsassistenten w/m

- Grosses Kongresszentrum in ZH sucht Berufsleute für den Einstieg in den Kaderbereich

Service/Stv. Chef de service

- Traditionelles 4*-Hotel sucht routinierte Powerfrau für die Stelle als

1. Gouvernante

- 3*-Hotel an der Stadtgrenze von Zürich sucht sprachgewandte, erfahrene

Réceptionsmitarbeiter w/m

Rufen Sie uns an oder senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto zu.

Telefon 01 432 73 73

Domino Gastro
Segnesstrasse 1, 8048 Zürich

P. 89052/227108

Express-Stellenvermittlung des SHV

Die Express-Stellenvermittlung ist eine Dienstleistung des Schweizer Hotelier-Vereins. Interessierte Hoteliers und Restaurateure erhalten gegen eine Abonnementsgebühr beliebig viele Bewerbungstalon 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

1948 Koch	26 D	A	Dez. 96	D/E	GR/Skigebiet
1949 Küchenchef	58 CH		Nov. 96	F/D	BE
1950 Commis de cuisine/w.	22 CH		Dez. 96	D/F	West-CH
1951 Alleinleisch	47 CH		sofort	D/I	
1952 Chef de partie	27 F	A	Dez. 96	D/F	3*-Hotel, Franz.-VS
1953 Koch	24 CH		sofort	D	Zentral-CH
1954 Chef de partie	30 CAN	A	sofort	F/E	zus. mit 3341
1955 Pâtissier	26 A	B	Dez. 96	D/E	Zentral-CH
1956 Alleinleisch	55 D	A	sofort	D	Gasthof, Deutsch-CH
1957 Alleinleisch	52 CH		sofort	D/F/I	AG + Umgeb.
1958 Küchenchef	51 CH		Nov. 96	D/I/F	Rest., ZH/TI
1959 Commis de cuisine	20 I	A	sofort	I/D	
1960 Chef pâtissier	31 F	A	sofort	D/F/E	BE/LU/West-CH
1961 Koch	21 F	A	Dez. 96	F/D/I	West-CH
1962 Bäcker-Pâtissier	43 F	A	sofort	F/D/I	
1963 Bäcker	38 F	A	sofort	F/D	
1964 Hilfskoch	34 P	C	sofort	I/D/F	Grindelwald/Interlaken
1965 Commis de cuisine	21 I	A	n. Ver.	I/F/E	4-5*-Hotel

Service/service

2281 Buffetdame	22 P	B	sofort	D/I/E	
2282 Kellner	25 A	A	sofort	D/I/E	
2283 Sefa	48 CH		n. Ver.	E/D	Zentral-CH
2284 Kellner	24 I	A	sofort	I/D	ZH/ZG/AG
2285 Kellner	27 NL	A	Dez. 96	D/F	zus. mit 2286
2286 Kellner	26 NL	A	sofort	D/F	zus. mit 2285
2287 Kellner	30 MA	B	sofort	D/F/E	BE/FR/NE
2288 Kellner	36 MA	C	sofort	F/D/E	BS/BL
2289 Serv./Anf. Réc./w.	28 F		Nov. 96	F/E/D	ZH/Klosters/Davos
2290 Service/Bar	19 CH		sofort	F/E/D	NE/VS/Lausanne

2291 Serv./Récpt./w.	22 YU	B	Dez. 96	D/E/I	West-CH
2292 Bar/Service	23 I	C	Dez. 96	D/I/F	West-CH
2293 Sefa	20 CH		Nov. 96	D/I/F	Zürich
2294 Kellner	41 I	A	Dez. 96	D/F/I	
2295 Chef de bar	33 A	A	n. Ver.	D/F/E	GR
2296 Sefa	25 D	A	Nov. 96	D/I	Ost-CH/FL
2297 Barmen	35 CH		sofort	D/E/F	ZH/Wintersportort
2298 Kellner	44 TN	C	sofort	D/F/E	Speiserest./Basel
2299 Kellner	25 I	A	Nov. 96	D/I/F	zus. mit 2300
2300 Sefa	21 I	A	Nov. 96	I/F/D	zus. mit 2299

Administration/administration

3335 Aide du patron	24 F	A	sofort	F/I/E	Zentral-CH
3336 Geschäftsführer	39 RCH	C	n. Ver.	D/I/E	ZH + Umgeb.
3337 Anfangsrecept./w.	29 I	A	n. Ver.	D/I/E	St. Moritz
3338 Administration	25 I	A	n. Ver.	D/I/E	4-5*-Hotel, West-CH
3339 Réceptionist	25 CH		sofort	D/F/E	3-5*-Hotel, ZH
3340 Aide du patron	58 CH		sofort	D/I/I	Süd-/Ost-Schweiz
3341 Réceptionist	24 CH		sofort	D/I/I	zus. mit 1954
3342 Ger./Betriebsw./w.	42 CH		n. Ver.	D	Tagesbetrieb, LU/ZH/ZG
3343 Geschäftsführer	37 CH		sofort	D/E/F	Rest./Pub Zürich + Umgeb.
3344 Réceptionist	27 CH		Nov. 96	D/F/E	3-4*-Hotel, Bern
3345 Réceptionist	29 I	A	Dez. 96	D/I/E	
3346 Réceptionist	53 CH		Dez. 96	D/F/E	VD/GE/VS
3347 Réceptionist	26 CH		Dez. 96	D/I/I	VD
3348 Réceptionsprakt./w.	17 CH		n. Ver.	D/F/E	3-4*-Hotel, Ost-/Zentral-CH
3349 Nightauditor	40 A	A	sofort	D/E/F	Deutsch-CH
3350 F&B-Manager	41 NL	A	sofort	D/I/E	
3351 F&B-Assistentin	24 F	A	sofort	F/E/I	3-5*-Hotel, West-CH

Hauswirtschaft/ménage

4860 Portier	42 YU	B	Dez. 96	D/F/I	4*-Hotel, zus. m. 4861
4861 Zimmerfrau	37 YU	B	Dez. 96	I/F/D	4*-Hotel, zus. m. 4860
4862 Gouvernante/Récept.	38 CH		Dez. 96	D/F/E	3-4*-Hotel
4863 Zimmerfrau	49 BR	B	n. Ver.	P/I/D	BE
4864 Lingerie/Bufet/w.	35 P	A	sofort	F/E/I	OW/ZH

4865 Hofa/Str. Gouv./w.	23 CH		sofort	D/E/F	Zentral-CH
4866 Generalgouvernante	31 CH		Dez. 96	D/I/E	Zürich
4867 Nachtporier	37 CH		Nov. 96	D/F/E	Deutsch-CH
4868 Allrounderin	58 CH		sofort	D/I/I	
4869 Hilfskraft	35 P	A	sofort	I/D/F	
4871 Hofa	22 CH		Dez. 96	D/S/F	BE

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

Werden Sie Abonnent

der Express-Stellenvermittlung

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

Den auf der Rechnung ausgewiesenen Mehrwertsteuerbetrag können Sie in Ihrer nächsten Mehrwertsteuer-Abrechnung als Vorsteuer abziehen.

Abonnez-vous au

Service de placement accéléré

Pour le prix d'abonnement de Fr. 285.- par semestre (la TVA sera ajoutée) ou Fr. 500.- par année (la TVA sera ajoutée), 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.

Vous pourrez déduire la TVA sur votre décompte TVA ou titre de l'impôt préalable récupérable.

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 + tourismus 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:

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!)

89036/84735



Tradition et Qualité

Unsere 10-Mann-Brigade wünscht sich eine/n kreative/n und belastbare/n

Pâtissier/-ière

Wir sind ein Team von motivierten Fachleuten, die bereit sind, mehr zu leisten und immer etwas besser zu sein. Unser marktgerechtes Angebot ist anspruchsvoll, sehr vielseitig und für ein junges Berufstalent eine echte Herausforderung.

Sollten Sie sich von unserem Angebot angesprochen fühlen, so rufen Sie uns doch einfach an.

Marie-Theres und Gerald Dörfler-Aerni
Telefon 065 22 44 12

88729/31852

Hotel Europe
Europäischer Hof
Engelberg

Postfach 558, CH-6390 Engelberg
Telefon 041 637 00 94, Telefax 041 637 22 55

Siel Ja genau Sie!!!

Sie suchen eine neue Herausforderung für den Winter 1996/97 in einem schneesicheren Winterort, wo Sie Ihre Kreativität, Ihre Freundlichkeit und die mühsam erlernten Fremdsprachen F/E einsetzen können.

Dann sind Sie! Ja genau Sie!!!

diejenige Person, die uns als

-Servicefachangestellte/-r

-Barmaid

in der Wintersaison 1996/97 unterstützen kann.

Fühlen Sie sich angesprochen und haben Sie Lust, in einem jungen, aufgestellten Team zu arbeiten? Dann senden Sie uns Ihre Unterlagen. Für nähere Auskünfte stehen wir Ihnen natürlich gerne auch telefonisch zur Verfügung.

Hotel Europe Engelberg
Frau Ute Hoffmann, Direktion
6390 Engelberg, Tel. 041 637 00 94
89029/10278

HOTEL WALDESRUH
Die authentische Familien-Idylle - am Fusse der Säen.
Säen-See

Familienfreundliches Hotel an zauberhafter Lage, am Waldrand, direkt bei den Luftseilbahnen und der Skischule.

Zur Ergänzung unseres Serviceteams suchen wir für die kommende Wintersaison (Anfang Dezember 1996 bis Mitte April 1997) noch eine freundliche, einsatzfreudige und belastbare

Servicefachmitarbeiterin

(Schweizerin, Sprachen D, F, E)

im Schichtbetrieb (Speise- und Getränkeservice im Speisesaal, im A-la-carte-Restaurant und auf der Terrasse).

Für detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung und freuen uns auf Ihren Anruf oder die Zusendung Ihrer Bewerbungsunterlagen (mit Foto).

Familie Supersaxo, Hotel Waldesruh
3906 Säen-See
Telefon 028 57 22 95
ab 2. 11. 96: 027 957 22 32
87363/29939



KANTINE DUBA
HOTEL DANIS

7078 LENZERHEIDE

Junges, unkompliziertes Team sucht für die kommende Wintersaison 1996/97:

- 1 motivierten Koch
- 2 Mitarbeiterinnen für
Etage, Office, Buffet
und Service

Wenn Ihr Lust habt, einmal eine Saison auf der schönen Lenzerheide zu verbringen, ruft uns an und wir informieren Euch gerne.

Telefon 081 410 44 44

88979/19500

Originell • Individuell Persönlich

Die Personalrekrutierung und -beratung für die Gastronomie ist seit 1989 unser Spezialgebiet.

Im Auftrag unserer Kunden suchen wir

Réceptionistin, D/E/F
mit Erfahrung, ***** GR/VS

Gouvernante
mit Erfahrung, AG

Pâtissier/Pâtissière
***** ZH/GR/VS/BE

Chef de partie

Saucier/Garde-manger/Entremetier
diverse Jahres- oder Saisonstellen
ganze Schweiz/A/D

Chef/in de service

mit Bankettkoordinator/Administration, AG
****Hotel, Österreich

Servicefachleute

diverse Jahres- oder Saisonstellen
ganze Schweiz/A

Barmails

für diverse Hotels/Pubs/Restaurants
in der ganzen Schweiz

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen
mit Foto senden Sie bitte an
untenstehende Adresse.
Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

gastroS

gastro S Haus & Howald
Landstrasse 83/PF 3061
CH - 5430 Wettingen
Tel. 056 437 17 17, Fax 056 437 17 16
© 8907/325224

Wir suchen auf Mitte Dezember für
Wintersaison freundliche, ehrliche,
fronorientierte Mitarbeiterinnen, welche
Freude am Beruf haben.

1 Köchin (Jungköchin)
1 Hofa
1 Verkäuferin

Es erwartet Sie ein kleines Team. Kost
und Logis im Haus möglich.
Auf Ihre Kontaktaufnahme freut sich
Herr I. Borer-Bourquin
Bergrestaurant Gliswilerstock
6076 Mörlalp ob Gliswil OW
Telefon 041 675 18 15, Fax 675 23 98
88889/281360



Hotel-Restaurant
HIRSCHEN
Wildhaus
9658 Wildhaus
Tel. 071 999 22 52

Auf Mitte Dezember suchen wir in
Jahresstelle folgende qualifizierte
Mitarbeiter:

Saucier/Sous-chef
Service-Mitarbeiterin/
Ablösung Chef de service

Wenn Sie gerne in einem gutgehen-
den, abwechslungsreichen Betrieb
Ihre Fähigkeiten einsetzen möchten,
dann freuen wir uns auf Ihre Bewer-
bung.

Hotel Hirschen
Susanne Walt
9658 Wildhaus
Telefon 071 999 22 52
88841/38237



Für unser *****-Haus an bester Lage in Arosa, 156
Betten, 3 Restaurants, Bar und Terrasse, suchen wir in
ein junges Team, (16. 12. 1996–6. 4. 1997) einen

Chef de service/
Restaurantleiter

In dieser Kaderposition sehen wir eine Persönlichkeit
mit Führungsstil, Verkaufsfähigkeit, Fremdsprachenkennt-
nissen und Freude an der Gästebetreuung. Wenn Sie
zwischen 25 und 36 Jahre alt sind und eine neue Her-
ausforderung suchen, senden Sie Ihre Bewerbungs-
unterlagen an folgende Adresse:

Christian Menet, Hotel Pratschli
7050 Arosa
89060/1546



SAVOY
BAUR EN VILLE ZÜRICH

Für unser 5-Stern-Hotel der internationalen
Spitzenklasse suchen wir ab sofort
oder nach Vereinbarung eine

Telefonistin

Wenn Sie über gute Sprachkenntnisse D/E/F (I oder Sp)
verfügen und Freude daran haben, auch an Wochenenden
zu arbeiten, dann schicken Sie bitte Ihre
Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Savoy Hotel Baur en Ville*****
Personalabteilung
Am Paradeplatz, 8022 Zürich
Telefon 01 215 25 25



Member of The Leading Hotels of Switzerland



Walhalla Bar

Barmaid
per Ende November 1996

für die Walhalla Bar «Oldies
but Goldies». Sind Sie eine
aufgestellte Persönlichkeit,
arbeiten Sie gerne selbstständig
und haben Sie bereits an der
Bar gearbeitet? Möchten Sie
unsere internationale Kund-
schaft mit Drinks aus den
50ern verwöhnen?
Dann sind Sie bei uns richtig.

Sind Sie «verliebt in das Gelingen»? Wollen Sie aktiv an der
Zukunft unseres Betriebes mitgestalten? Haben Sie Ausdauer
und denken trotzdem nicht immer an althergebrachte Schemen,
dann stehen Ihnen bei uns viele Türen offen!

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:
Herrn Giuseppe Plattner, Hotel Walhalla,
Bahnhofplatz, 9001 St. Gallen.



89030/33308



FISCH-RESTAURANT

Modernes 4-Sterne-Stadt-
hotel mit Visionen sucht

Servicefachangestellte/n
per sofort

für das Fisch-Restaurant
Wal-halla mit original Sushi-
Bar. Haben Sie Freude am ge-
pflügten Service, verfügen Sie
über Fachwissen, freundliche
Umgangsformen und CH/D/F
oder E-Kenntnisse?
Dann haben wir die richtige
Stelle für Sie!

Sind Sie «verliebt in das Gelingen»? Wollen Sie aktiv an der
Zukunft unseres Betriebes mitgestalten? Haben Sie Ausdauer
und denken trotzdem nicht immer an althergebrachte Schemen,
dann stehen Ihnen bei uns viele Türen offen!

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:
Herrn Giuseppe Plattner, Hotel Walhalla,
Bahnhofplatz, 9001 St. Gallen.



89030/33308



ZERMAT

**** Hotel **AMBASSADOR** Zermatt

****-Hotel mit 220 Betten, 2 Restaurants,
Piano-Bar, Hallenbad, Sauna usw. sucht für kommende
Wintersaison noch folgende Mitarbeiter:

**Speisesaal: Servicefach-
angestellte**

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an
folgende Adresse:

Hotel Ambassador
Postfach
3920 Zermatt
Telefon 028 66 11 11

89024/71811



Grindelwald

Für unser lebhaftes, mitten im Dorfkern gelegenes
Speiserestaurant suchen wir per November/Dezember
oder nach Vereinbarung für die Wintersaison (auch
Jahresstelle) jungen, tüchtigen

Koch

sowie

Restaurationstochter

Sehr guter Verdienst und geregelte Arbeitszeit zuge-
sichert. Studios mit Kochnische, WC, Dusche vorhan-
den.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf: Familie Jürgen Schläger,
Restaurant Zentrums, 3818 Grindelwald
Telefon 036 53 32 77

79586/14729

Wintersaison 1996/97 oder in Jahresstelle

Für die kommende Wintersaison oder in Jahresstelle
suchen wir noch begeisterte «Artisten»,
die bereit sind, überdurchschnittliche Leistungen zu
erbringen, um unseren «Ferienartisten»
einen einmaligen Aufenthalt zu bieten.

- **Chef de réception**
- **Italienisches Restaurant «Del Ponte»**
 - Chef de service
 - Chef de rang
 - Kellner/Kellnerin
 - Pizzaiolo
- **Flambé-Restaurant «Feestube»**
 - Restaurantleiter/in
 - Chef de service
 - Chef de rang
- **Restaurant «Le Gourmet»**
 - Chef de rang
- **Hotelbarmaid**
- **Dancing «Art Club»**
 - Barmaid
 - Kellner/Kellnerin

Wir erwarten nur Bewerbungen von Menschen, die Freude am
Gastgewerbe haben und bereit sind, sich voll mitzuengagieren.
Ihre Bewerbung freut uns, und wir laden Sie gerne zu einem
«Probeauftritt» ein.

Rufen Sie uns an, oder schreiben Sie Ihre
Bewerbungsunterlagen an:

Beat Anthamatten
Ferienart Walliserhof
3906 Saas Fee
Telefon 028 57 20 21

87019/10544



hotel·restaurant

Hotel ibis Chur
3-Sterne-Hotel mit 128 Betten (Zimmerbelegung 69%)
Restaurant und Konferenzraum (Neueröffnung 1994).
Wenn Sie selbstständiges Arbeiten schätzen und die Synergie
eines internationalen Konzerns nutzen wollen, so
bieten wir Ihnen folgende Position per 1. Dezember 1996
zur Neubesetzung an:

Direktionsassistent/in

Ihre Aufgaben:

- Führen und Motivieren eines kleinen Mitarbeiterteams
- Vertretung der Geschäftsleitung in deren Abwesenheit
- Ihren Beitrag leisten, um die gesetzten Geschäftsziele
zu erreichen.

Ihr Profil:

- Schweizer/in, 23- bis 30jährig
- gesundes Mass an Einsatzfreudigkeit und
Zielstrebigkeit
- freundliches und kompetentes Auftreten
- fundierte Ausbildung im Hotelfach
(evtl. Hotelfachabschluss)
- polyvalente Einsetzbarkeit.

Interessenten senden ihre Bewerbungsunterlagen bitte
an:
Herrn Georg Huber, Postfach 138, 8125 Zollikonberg.

BT 8837/36407

Wir suchen für
kommende Wintersaison

**Junge(r) MitarbeiterIn
an der Kasse**

Wenn Sie Ihre mündlichen Sprachkenntnisse
(engl./franz.), Ihr gewinnendes Wesen und Ihre
administrative Schlagkraft gerne in den Dienst
unseres Sport-Gastes stellen möchten, dann sind
Sie die richtige Mithilfe in unserem Dreamteam.

Bitte um unkomplizierte, schriftliche Bewerbung:
Madrisabahn
z.H. Hr. H. Baumgartner
7252 Klosters Dorf

8870/905769



Klosters Madrisa
Bergbahnen AG
CH-7250 Klosters Dorf
Tel. 081 422 53 35
Fax 081 422 54 48

HOTEL SEEHOF

DAVOS-SCHWEIZ

*Tradition und Moderne
stilvoll vereint*

Historische Gewölbe, hoher Wohnkomfort in ehrwürdigen Mauern und kulinarische Spitzenleistungen: Mit seiner einmaligen Architektur gehört das Hotel Seehof zu den schönsten und modernsten Häusern im Alpenraum und dank der Leistungen des Seehof-Teams zu den drei besten Häusern am Platz.

Ein junges Team pflegt die Tradition der Gastfreundschaft. Wir erfüllen die Ansprüche unserer Gäste auf jeder Stufe mit natürlicher Freundlichkeit, innerem Engagement, Fachkompetenz und hohem Leistungswillen.

Zur Vervollständigung unseres Teams suchen wir auf die Wintersaison per Ende November

einen Commis pâtissier
mit Ausbildung zum Konditor

und

eine Barmitarbeiterin

in unserer rustikalen und gemütlichen «Bar Senn»

Ihre Ideen und Ihre Kreativität kommen bei uns an. Wenn Sie uns kennenlernen möchten, dann freuen wir uns auf Ihr Schreiben oder Ihren Anruf. Für vorgängige Auskünfte stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Hotel Seehof ****, Gaby Steg, Mitarbeiterbetreuerin
7260 Davos Dorf, Telefon 081 416 12 12

89025/9067

PrimaHotels

Member of
swiss golf Hotels



**** HOTEL SEEPARK THUN

100 Betten, Restaurants, Bar, Carnotzet, Schulungsräume, Fitness und Sauna.

Wir suchen in Jahresstelle

Anfangsreceptionistin

Wir bieten Ihnen ein angenehmes Arbeitsklima in einem gut eingespielten Team, abwechslungs- und lehrreiche Arbeit an einem modern eingerichteten Arbeitsplatz (Fidelio, Front-office, Word 6.0).

Wir wünschen uns eine freundliche und einsatzfreudige Persönlichkeit mit Sprachkenntnissen in Englisch und Französisch, welche gerne den Kontakt mit unseren internationalen Gästen pflegt und in einem guten Team mitarbeiten möchte.

Wir freuen uns über Ihre Bewerbungsunterlagen.
Bitte senden Sie sie an:

Frau M. Burkhardt
Hotel Seepark
Seestrasse 47, 3602 Thun
Telefon 033 26 12 12

89072/240521

swissôtel

BASEL
HOTEL LE PLAZA

Wir, 5-★-Messe- und Kongresshotel mit 238 Zimmern und Suiten suchen nach Vereinbarung eine motivierte und einsatzfreudige

Etagengouvernante

um unsere Generalgouvernante mit einer jungen und engagierten Brigade tatkräftig zu unterstützen.

Ihr Profil: Sie bringen eine abgeschlossene Ausbildung sowie Praxis in gehobenen Häusern mit, sind mindestens 30 Jahre jung, haben Verantwortungsbewusstsein, Organisationstalent, Sprachkenntnisse in Englisch und Französisch, sind belastbar und auch flexibel.

Unser Angebot: Verantwortungsvolle und interessante Stellung, attraktives Salär, eine moderne Infrastruktur, die Vorteile der Swissair-swissôtel Kette, und ... alles weitere besprechen wir gerne mit Ihnen bei einem persönlichen Treffen.

Fühlen Sie sich angesprochen? So zögern Sie nicht, und senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf mit Foto, Diplom- und Arbeitszeugniskopien) an:

swissôtel Basel, Hotel Le Plaza
Personalbüro
Messeplatz 25
CH-4021 Basel

89059/3387

HOTEL AIRPORT

Zürich - Glattbrugg

Haben Sie auch so richtig Spass daran,
mit Leuten aus aller Welt zu schwatzen?
Dann sind Sie genau die/der Richtige für uns als

Réceptionist/in

im dreiköpfigen Empfangsteam des
****-Flughafen-Hotels Airport.

Sie fühlen sich wohl in Deutsch, Englisch
und Französisch und bringen bereits
Réceptionserfahrung mit.

Sie arbeiten gerne selbstständig
und haben Freude an einer modernen
eingerichteten Réception (Fidelio).

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung
oder Ihren Anruf.

Best Western Hotel Airport
Oberhauserstrasse 30
8152 Glattbrugg
Telefon 01 810 44 44
(M. Wohlgemuth, Direktor)



89892/13528

METROPOLE HOTEL

INTERLAKEN

Ein modernes ****Hotel im Zentrum von Interlaken,
eingerichtet mit 95 Zimmern, stilvollen Bankett- und
Seminarräumlichkeiten, ital. Restaurant „Il Bellini“,
Panorama-Café „Top o' Met“, Lobby-Bar, Disco und
Hallenbad, sucht per sofort oder nach Übereinkunft in
Jahresstelle einen

Chef de partie (w/m)

Wir bieten eine anspruchsvolle, selbständige und
abwechslungsreiche Tätigkeit in einem aufgestellten,
jungen und kreativen Team.

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, senden Sie bitte
Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

Hotel Metropole
z.Hd. Frau Iris Gasser
3800 Interlaken
Tel. 036/28 66 66

89032/16454



Ein sicherer Arbeitsplatz in einer blühenden Unternehmung. Ein sicherer Arbeitsplatz im Herzen der Alpen in schöner Natur. Autofreiheit und Schneesicherheit, Sonne und Schnee und mehr als genug Arbeit!

Wir suchen motivierte, gut ausgebildete Mitarbeiter/innen für die kommende Wintersaison oder auch für länger...! Mitte Dezember geht's los!

Administrationspraktikant/in

Ideale Stelle für jungen Berufsmann, der Fronterfahrung sammeln möchte. Das Hauptgewicht liegt in den Bereichen Réception und Serviceüberwachung. Geeignete Position für einen Hotelfachschüler.

Réceptionist/Betriebsassistentin

(Erfahrung in Réception und Service von Vorteil)

Köche

(Chef de partie und Commis)

Servicefachangestellte

(umsatzentlohn)

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbung mit Foto. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Theler gerne zur Verfügung (Telefon 028 27 21 21, Fax 028 27 22 19, ab 2. 11. Telefon 027 927 21 21, Fax 027 927 22 19).

ART FURRER HOTELS****
z.H. Herrn Jean-Marc Theler
3987 Riederaip

89899/28703

Das qualifizierte Personal der Gastronomie liest die

Mit ADIA HOTEL in die Zukunft.

ABTEILUNGSLEITER

Für ein führendes Verkaufsunternehmen der Gastronomie in der Westschweiz suchen wir junge und dynamische Verkaufstalente, die Erfahrungen in Verkauf, Gastronomie oder ähnlichen Bereichen mitbringen. Wenn Sie zwischen 25 und 40 Jahre alt sind, Ihr Arbeitsumfeld verändern möchten, sehr gut deutsch und französisch sprechen, dann nehmen Sie Ihre Chance wahr. Wir bieten Ihnen eine Herausforderung mit viel Eigenverantwortung und Aufstiegsmöglichkeiten.

Bern, Frau Grossmann

KÜCHENCHEF

Kreativität verbunden mit einem hohen Qualitätsstandard – so sehen die Schwerpunkte Ihrer künftigen Tätigkeit aus. Sie motivieren Ihre Brigade zu selbständigem Arbeiten und Mitdenken, kontrollieren die fertigen Produkte und sind mit Ihren Kreationen der kulinarischen Welt Zürichs immer eine Nasenlänge voraus. Sie sind 28 bis 35 Jahre alt, ein ambitionierter und gestandener Berufsmann und verfügen über einen feinen Sinn für gelungene Kompositionen und gastronomischer Ästhetik.

Zürich, Herr Keller

SALES MANAGER w/m

Für ein modernes Viersternhotel in Zürich suchen wir den erfahrenen und ausgewiesenen Sales-Manager. Nach abgeschlossener Hotelfachschule und Leistungsausweis im Sales-Bereich suchen Sie nun die wahre Herausforderung. Sie werben für ein hervorragendes und aufstrebendes Produkt, überzeugen Ihre Geschäftspartner auf Messen, beim Lunch, mit geschickten Marketingaktionen und einem durchdachten Marktauftritt. Wenn Sie Ihren Geschäftspartner spielend überzeugen und mit Ihrer gepflegten Erscheinung bestechen können sind Sie unser Mann oder unsere Frau.

Zürich, Frau Wicki

FRONT OFFICE MANAGER w/m GRAUBÜNDEN

Das Sprungbrett zum weiteren beruflichen Erfolg: Für ein renommiertes Erstklasshotel in der bekannten Ferienwelt Graubündens, suchen wir die Leitung der Réception. Nebst der exklusiven Individual-Klientel, betreuen Sie und ihr Team viele Semingäste aus Politik und Wirtschaft. Sie sind eine motivierende, dynamische Persönlichkeit, führen zielorientiert, sprechen d,e,f,i und verfügen über Erfahrung in ähnlicher Position.

Zürich, Frau Wenger

LEITER «DONUT»-STAND BASEL/ZÜRICH

The American Way of Life... Donuts sind nicht nur Süßigkeiten, sondern vor allem eine Passion. Darum suchen wir einen leidenschaftlichen Promotor, um in Zürich oder Basel das Donutaffäre zu entfachen. Sie sind ein junger (20 bis 35 Jahre), fröhlicher und sehr extrovertierter Mensch, verfügen über eine Koch- oder Kellnerlehre, möchten Ihr unternehmerisches Denken vermehrt zum Einsatz bringen und suchen in Zürich oder Basel die Stelle mit viel Selbstständigkeit und gutem Salär.

Zürich, Herr Keller

SEKRETÄRIN (WEINHANDLUNG)

Als erfahrene und selbständige Sekretärin sehen wir Ihre neue Stelle in einer Weinhandlung am rechten Zürichsee. Als flexible Allrounderin kümmern Sie sich kompetent um die Administration, beraten Kunden am Telefon, unterstützen den Vorgesetzten bei Weindegustationen und an Messen. Sie sind 30 bis 45 Jahre alt, kennen die gängigen EDV-Programme, sprechen f,e und verfügen wenn möglich über Weinkenntnisse. Rufen Sie mich noch heute an.

Zürich, Frau Wicki

Weitere Stellenangebote
auf der nächsten Doppelseite

SAVOY
BAUR EN VILLE ZÜRICH

Unser Name verpflichtet uns zu erstklassiger Gastronomie, Qualität und Beständigkeit.

Zur Ergänzung unserer Küchenbrigade suchen wir in Jahresstelle ab Januar 1997 oder nach Vereinbarung einen dynamischen und erfahrenen

Chef de partie

für unseren Produktions- und Bankettbereich.
Interessenten (auch mit B- oder C-Bewilligung)
schicken ihre Unterlagen mit Foto bitte an:

Savoy Hotel Baur en Ville*****
Personalabteilung
Am Paradeplatz, 8022 Zürich
Telefon 01 215 25 25

89070/40967

Member of The Leading Hotels of Switzerland



Auf die kommende Wintersaison, gerne auch für länger (Jahresstelle) suchen wir eine freundliche

Réceptionist/Sekretärin

flexibel und charmant, gut in Fremdsprachen und wenn möglich mit Hotelerfahrung.

Eine interessante, abwechslungsreiche Arbeit an einem schönen Ort erwartet Sie!



Gerne erzähle ich Ihnen mehr über diese schöne Stelle, rufen Sie mich einfach an. Ich freue mich auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf.

Catherine Sgier, ***-Hotel Cresta, 7018 Flims Waldhaus, Telefon 081 911 35 35.

89039/11274

KAUFLEUTEN RESTAURANTS

Pelikanstrasse 18
8001 Zürich

sucht

per sofort

SERVICEMITARBEITER/IN

für den Mittagsservice (Mo.-Fr., ca. 20 Std./Woche)

und per 1. Januar 1997

KOCH 100%

Chef de partie-Niveau mit Zimmerstunde.

Flinke, freundliche und flexible Interessenten/-innen senden eine schriftliche, aussagefähige Bewerbung mit Kopien von Zeugnis, c.v. und Foto an (bitte keine telefonischen Anfragen):

KAUFLEUTEN RESTAURANTS

Personalbüro
Pelikanstrasse 18
8001 Zürich

89100/99201

Wir sind ein internationales 5-★-Hotel in Zürich mit 224 Zimmern, 2 Restaurants, einer Bar sowie diversen Bankett- und Seminarräumlichkeiten.

Per 1. Dezember 1996 oder nach Vereinbarung suchen wir für das französische Restaurant «Les Quatre Saisons» sowie für unser Lobby-Bar folgende, gut qualifizierte Mitarbeiter

- Demi-chef de rang (D/E)
- Barman/Barmaid (D/E)

Wenn Sie Schweizer/in oder Ausländer/in mit B- oder C-Bewilligung sind, freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Susanne Eichenberger
Personalchefin

Basily Khoury
Restaurationsleiter



Atlantis Sheraton

HOTEL
ZÜRICH

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

www.Sheraton

89067/39853

Gesucht auf 1. Dezember 1996
in Saisonstelle

Serviceangestellte Barmaid

D, F, evtl. E erwünscht

Telefon 030 2 17 15

ab 9.11.1996: 033 722 17 15

89068/98242

REISELEITER!
Mit Ferien Geld verdienen. Unser moderner Fernkurs führt Sie ohne Vorkenntnisse direkt zum REISELEITER-AUSWEIS und REISELEITER-DIPLOM. Senden Sie gleich den Coupon mit Ihren Personalien + Tel.Nr. für Informationen ein.

REISELEITER-COUPON
ALFARING AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

Name: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____
Beruf: _____ Alter: _____
Tel.: _____

MO 89294/36609

Ein Inserat in der htr bringt Erfolg!

Important groupe de restauration

cherche un collaborateur possédant
une bonne formation hôtelière avec
expérience internationale pour occuper
le poste de

executive chef

Ce poste à responsabilités sera offert à une personne ayant un sens inné de l'organisation et l'expérience de la gestion de personnel.

Esprit d'initiative, créativité et disponibilité sont indispensables.

Vous vous sentez prêt à vous investir dans cette fonction, vous êtes apte à diriger une brigade et vous maîtrisez l'anglais.

Vous vous reconnaissez dans ce profil?
Vous êtes suisse ou avec permis valable?
Alors envoyez-nous sans tarder
votre dossier complet avec
photo sous chiffre 89062,
hôtel revue, case postale,
3001 Berne.

GASTRO SUISSE

Gastro-Profis aus den Bereichen Küche (Köche, Chefs de partie) und Service (Sefa, Chefs de rang) vor allem

aus Deutschland, Österreich und der Schweiz...

...suchen interessante Stellen für eine Saison oder für länger.

Rufen Sie uns an – wir senden Ihnen gerne die vollständigen Unterlagen.

GASTRO SUISSE Telefon 01 377 51 11

Blumenfeldstrasse 20 (Frau Ch. Zeller oder Frau Y. Graf)
8046 Zürich Fax 01 371 89 09

89972/46183

Wir suchen für die
Wintersaison 1996-97
zwei

Service Mitarbeiter/in mit Inkasso

Wir bieten Ihnen eine sehr gute Entlohnung,
5-Tage-Woche sowie ein angenehmes
Betriebsklima wo Sie Ihre Erfahrung und Ihr
Wissen unternehmerisch umsetzen können.

Sind Sie:

zwischen 20 und 35 Jahre jung?
mit einer EDV-Kassensystem per DU?
gewohnt, selbstständig zu arbeiten?
sicher, dass ein kompetenter Service
geschätzt wird?

Haben Sie:

eine abgeschlossene Servicelehre?
oder genügend praktische Erfahrung
um einen guten Service zu bieten?
gute Sprachkenntnisse in D/F/E?

Wir freuen uns auf Ihre vollständige
Bewerbung die Sie bitte an
Philippe Grandjean, Direktor
zukommen lassen wollen.
Herzlichen Dank!



Obere Strasse 39,
7270 Davos-Platz
Tél: (081) 413 60 44
Fax: (081) 413 12 07

89031/10110

Hostellerie Alpenrose

Schönried/Gstaad



Wir suchen

Réceptionist/in (D/F/E)

Hotel- und PC-Erfahrung

für unser gepflegtes Erstklasshotel
(20 Zimmer) im schönen Saanenland.

Fam. M. von Siebenthal
3778 Schönried
Telefon 030 4 67 67
ab 9.11.: 033 744 67 67

89013/32549

DOMINO GASTRO

bringt Sie weiter!

- Nicht alltägliches Speiselokal mit gross-
em Catering-Anteil sucht

Sous-chef w/m

- Von Anfang an dabei, Speiserestaurant
mit neuer Führung sucht top-qualifizierten

Küchenchef

- Internationales 4-★-Hotel in Zürich sucht
für Saucier-/Entremetierposten

Chef de partie w/m

- Grosses Catering-Unternehmen in ZH-
Nord sucht gelernte Köchin für die Po-
sition einer

Schichtleiterin

Rufen Sie uns noch heute an!

Telefon 01 432 73 73



Für unser IN-Restaurant LATINO, 14 Punkte Gault
Millau, suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung
deutschsprachige

Servicefachmitarbeiter/innen

In diesem neuen Restaurationskonzept wird die italienische mit der französischen Küche verheiratet und in einem spektakulären Ambiente zelebriert.

Sie bieten gepflegten Service sowie zuvorkommende Gästebetreuung in lockerer, unkomplizierter Atmosphäre. Möchten Sie in einem neuartigen und aussergewöhnlichen Lokal ein Teil unseres jungen, starken Teams sein?

Frau S. Anliker freut sich auf Ihr kurzes Schreiben mit Foto.

Hotel Astoria
Pilatusstrasse 29, 6003 Luzern
Telefon 041 210 22 44

88984/22667



Wir suchen per 1. Dezember oder nach Vereinbarung

Barfrau/Barman

für unsere einmalige In-Bar PENTHOUSE hoch über den Dächern von Luzern.

- Sie sind ein/e Spätaufsteher/in und lassen die Nacht zum Tag werden
- Sie sind zwischen 20 und 25 Jahre jung und haben schon ein bisschen Berufserfahrung
- Sie verstehen es, unsere Gäste mit Ihrem Charme und Ihrem Charisma zu verwöhnen.

Frau S. Anliker freut sich auf Ihr kurzes Schreiben mit Foto.

Hotel Astoria
Pilatusstrasse 29, 6003 Luzern
Telefon 041 210 22 44

88983/22667

Wir suchen für unser mittelgrosses Flughafen- und
Geschäftshotel eine freundliche, vielseitige und
initiative

Hofa

Ihr Aufgabengebiet umfasst Réception, aber auch Frühstück- und teilweise Zimmerdienst. Englisch- und Französischgrundkenntnisse sind hierfür unerlässlich. Zusätzlich würden wir Ihnen gerne verschiedene Marketingaufgaben übertragen. Erfahrung mit PC/Mac wäre deshalb von Vorteil. Rümliang bietet als Wohnort eine vollständige Infrastruktur, die Zürcher City ist mit der S-Bahn in 17 Minuten erreichbar.

Bitte nehmen Sie direkt mit der Geschäftsführerin, Frau Irene Fellner, Tel. 01 817 77 55, Kontakt auf. Oder senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen.



Hotel Rümliang
Glattalstrasse 178
8153 Rümliang
Tel. 01 817 77 55

88984/22667



HOTEL PARDENN

Klosters

Internationales 4-★-Hotel mit 110 Betten, 2 A-la-carte-Restaurants, Panoramasaal für Pensionsgäste, Piano-Bar, Hallenbad, Coiffeur, Massage, Kosmetik.

Ein Winter in Schnee und Sonne...

Für die kommende Wintersaison suchen wir noch folgende Mitarbeiter:

Empfang:	Nachtportier
Küche:	Chef de partie (Tournant)
A la carte:	Servicefachangestellte (m/w)
Saal:	Chef de rang
Etage:	Zimmermädchen und Portier (Ehepaar bevorzugt)

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Arbeit in einem jungen und dynamischen Team. Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

J. C. Huber, Direktor, Hotel Pardenn, 7250 Klosters
Tel. 081 422 11 41, Fax 081 422 40 06

89034/17483

Schlosshotel Chaste **** Gourmetrestaurant Tarasp/Engadin

Für die kommende Winter- und Sommersaison 1997 suchen wir noch folgende, gut qualifizierte Mitarbeiter:

Tourante für Service und Réception
(gute Service- und Réceptionskenntnisse erforderlich)

Chef tournant
zur Einarbeitung für Chef-saucier-Posten ab Sommer 1997.

Haben Sie Interesse, dann melden Sie sich bei:

D. und R. Pazeller,
Schlosshotel Chaste
CH-7553 Tarasp/Engadin
Telefon 081 864 17 75
Fax 081 864 99 70



RESTAURANT



Restaurant - zur Brücke
3270 AARBERG

**QUALITÄT AUS KÜCHE UND KELLER
EINEN KARRIERESCHRITT ERWARTET SIE!**

Für die Neueröffnung Mitte Dezember 1996 suchen wir den selbständigen und Ideenreichen

KOCH
mit einem "Faible" für die Fischküche

sowie eine
motiviert und freundliche
SERVICEFACHANGESTELLTE
die zusammen mit der Chefin
die Gäste charmant und gekonnt
verwöhnt und bedient

Nebst Spass und Freude
an der Arbeit gibt es bei uns die
5-Tage Woche (Di & Mi frei)
und 2 x Betriebsferien im Jahr
Winter und Spätsommer

Schätzen Sie ein angenehmes
Betriebsklima in einem jungen
Team, rufen Sie doch einfach
an oder senden Ihre
Bewerbung an Frau Danielle Zeyer
Casa Regina, 6964 Davos-Sorogno
Tel. 091 942 01 14 oder 079 337 17 55

Nous cherchons
pour entrée immédiate

un(e) assistant(e) F&B

Profil souhaité:

- formation hôtelière ou expérience similaire dans un grand établissement de haut standing
- entregent et aptitude à prendre des responsabilités
- maîtrise des langues F/A/D
- goût pour l'accueil et la qualité de service.

Les candidats de nationalité suisse ou titulaire d'un permis de travail valable sont invités à adresser leur dossier complet sous chiffre 89064 à *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne.

FÜRIGEN

Hotel * Restaurant * Bar * Kongresszentrum

Für unser renommiertes und bestbekanntes Seminar- und Bankethotel suchen wir nach Übereinkunft in Jahresstelle

Reservations- und Verkaufsassistentin

Unser traditionsreiches ****-Haus verfügt über drei Restaurants mit zwei Terrassen, mehrere Bankett- und Seminarräume sowie 82 Hotelzimmer.

Wir arbeiten mit zirka 65 Mitarbeitern/-innen sehr stark im Restaurations- und Seminarbereich.

Ihre Aufgaben wären:

- selbständige Bearbeitung des gesamten Reservations- und Verkaufswesens in enger Zusammenarbeit mit der Direktion
- sporadische Salestouren und Messenbesuche
- Betreuung der Organisatoren von Anlässen während deren Aufenthaltes im Hotel.

Wir erwarten von Ihnen:

- Erfahrung an der Réception und in anderen Bereichen sind von Vorteil
- Sie sind sprachgewandt (D/E/F in Wort und Schrift) und haben ein Flair, mit Kunden umzugehen
- Sie sind kontaktfreudig und ein Verkaufstalent
- Sie sind an eine effiziente und schnelle Arbeitsweise gewöhnt und an einem langfristigen Engagement (mind. 2 Jahre) interessiert.

Wir erwarten von Ihnen:

- Sie verfügen nach Möglichkeit über einen Hotelfachschulabschluss oder über eine kaufmännische Hotelausbildung

Sind Sie interessiert? Dann bewerben Sie sich mit den kompletten Unterlagen bei:

Hotel Fürigen, Direktion, 6363 Fürigen
Telefon 041 610 00 60, Telefax 041 610 27 24



Jede Woche neu!

BANKETTSEKRETÄRIN

Für ein internationales Stadthotel in Zürich suchen wir die erfahrene Sekretärin. Sie erledigen sämtliche Administrationsarbeiten einer regen Bankettabteilung, unterstützen den Verkauf und die Koordination der Anlässe und arbeiten zusätzlich im Sales Department mit. Wenn Sie 25 bis 30 Jahre jung sind, eine fundierte Ausbildung (Hotelfachschule) und eventuell Erfahrung in einer ähnlichen Position mitbringen, selbständig arbeiten, d und e sprechen, steht Ihnen zu dieser Stelle nichts mehr im Weg.

Zürich, Frau Wicki

ETAGENGOUVERNANTE

Mir Liebe fürs Detail pflegen und kontrollieren Sie die geschmackvoll eingerichteten Hotelzimmer und führen mit viel Elan ihre Mitarbeiter. Sie sind 23 bis 28 Jahre jung, gelernter Hofa mit einigen Jahren Berufserfahrung in der Luxushotellerie und suchen in der Stadt Zürich in einem Fünfsternhotel eine Position, bei der Sie Verantwortung und die Organisation aller Abläufe im hauswirtschaftlichen Bereich mitübernehmen können. Rufen Sie mich noch heute an.

Zürich, Frau Wicki

CHEF DE PARTIE W/M

Für ein Dreisternhotel in einem Wintersportort in der Zentralschweiz suchen wir einen ambitionierten Chef de partie mit Power und viel Liebe zum Beruf, der auch gerne die Verantwortung übernimmt, wenn der Chef nicht anwesend ist. Nebst einem marktfrischen Speiseangebot bietet Ihnen dieser Betrieb eine familiäre Atmosphäre, bei der Sie Ihr ganzes menschliches und fachliches Potential entfalten und viel Neues dazulernen können. Suchen Sie ein kleines Team? Rufen Sie mich an.

Luzern, Herr Fehlmann

Weitere Stellenangebote? Rufen Sie uns an!



ADIA HOTEL

01/242 22 11

PERSONALBERATUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE, TOURISMUS

Temporärstellen • Dauerstellen • Kaderstellen

8026 ZÜRICH	BADENERSTR./LANGSTRASSE 11	01/242 22 11
9004 ST. GALLEN	NEUGASSE/OBERER GRABEN 5	071/228 33 43
3000 BERN 7	MARKTGASSE 28	031/312 11 33
6002 LUZERN	PILATUSSTRASSE 3A	041/210 02 60
1000 LAUSANNE 17	PLACE DE LA RAPINNE 1	021/320 68 11

Zertifiziertes Qualitätsmanagement

ISO 9002/EN 29002

Reg. Nr. 1173501

Saas-Fee

für die kommende Wintersaison suchen wir:

Hausmädchen

(auch Ausländerin) ab 15. 12. 1996

Serviertochter

für Hotelbetrieb ab 20. 1. 1997.

Gerne erwarten wir Ihren Anruf.

Hotel Jägerhof
3906 Saas Fee
Telefon 028 57 13 10
Ab 2. 11. 027 957 13 10

89040/97616

HERMITAGE

SEEHOTEL RESTAURANT

Für unser Erstklasshotel an bester Lage der Stadt Luzern suchen wir nach Vereinbarung

Réceptionspraktikantin

Es erwartet Sie ein modernes Haus, ein zeitgemässer Arbeitsplatz (IBM Computer AS 400

- Rebag Data) und auf Wunsch Unterbringung in unserem Appartementhaus.

Was wir Ihnen alles zu bieten haben, wird Ihnen Frau R. Gripenberg, Stellvert. Direktorin, in einem persönlichen Gespräch gerne mitteilen.

Hermitage

Seeburgstrasse 72, CH - 6006 Luzern

Telefon 041 370 37 37, Fax 041 370 69 55

89053/22985

Der grösste Stellenmarkt für die Gastronomie in der



MARCHÉ DE L'EMPLOI

HOTELPRO SERVICE

PERSONNEL STABLE - TEMPORAIRE RESTAURATION - HÔTELLERIE - TOURISME
19, rue de la Servette - 1201 Genève - Tél. 022 740 15 40 - Fax 022 740 15 45

Cherchons pour des établissements de qualité, pour de suite ou à convenir:

- **DIRECTEUR RESTAURANT GASTRONOMIQUE**
OU PREMIER MAÎTRE D'HÔTEL CONFIRMÉ,
BRIGADE 30 EMPLOYÉS, FRANÇAIS, ANGLAIS
- **DIRECTEUR-GÉRANT RESTAURANT-PUB**
CONFIRMÉ BON GESTIONNAIRE, ESPRIT
JEUNE ET DYNAMIQUE, ANIMATEUR SOIRÉES!
- **CHEF DE RÉCEPTION HÔTEL 5★ CONFIRMÉ(E)**
EXPÉRIENCE FO GRAND HÔTEL, FRANÇAIS,
ANGLAIS ET ALLEMAND, BONNE PRÉSENTATION
- **DIRECTRICE COMMERCIALE HÔTEL 4★ GENÈVE**
OU ATTACHÉE CONFIRMÉE, PETITE ÉQUIPE,
FRANÇAIS, ALLEMAND ET ANGLAIS
- **CHEF DES ACHATS CONFIRMÉ F&B**
GRANDE CAPACITÉ, FRANÇAIS, ALLEMAND
- **SECRÉTAIRE F&B GRAND HÔTEL 4★**
FORMATION HÔTELLIÈRE ET/OU EXPÉRIENCE
F&B FRANÇAIS ET ANGLAIS
- **ASSISTANT DE DIRECTION HÔTEL/VS**
FORMATION ET EXPÉRIENCE HÔTELLIÈRE/F&B
FRANÇAIS, ANGLAIS ET ALLEMAND
- **GOUVERNANTE RESPONSABLE HÔTEL 4★**
ORGANISÉE, ÉQUIPE 10 EMPLOYÉS,
FRANÇAIS ET ANGLAIS
- **SECRÉTAIRE SALES & MARKETING MI-TEMPS**
LANGUE MATERNELLE ANGLAISE, FRANÇAIS
- **CHEF DE CUISINE GASTRONOMIQUE, LONDRE/GB**
CAP/CFC PETITE BRIGADE, CONTRAT 2 ANS
- **MAÎTRE D'HÔTEL BRASSERIE HÔTEL**
CAP/CFC, RESPONSABLE SALLE, FRANÇAIS, ANGLAIS
- **CHEF DE RANG RESTAURANT HÔTEL 5★**
CAP/CFC, EXPÉRIENCE RESTAURANT FRANÇAIS
- **BARMAN RESPONSABLE (BAR-CAFÉ ÉCOLE)**
CFC/CAP EXPÉRIENCE BAR HÔTEL, BON
ORGANISATEUR ÉQUIPE, FRANÇAIS, ANGLAIS
- **CHEF DE PARTIE OU COMMIS DE CUISINE**
CAP/CFC, EXPÉRIENCE CUISINE FRANÇAISE.

Si vous êtes qualifié(e) pour l'un de ces postes, êtes Suisse ou avec permis valable, écrivez ou téléphonez-nous pour rendez-vous.

Téléphone 022 740 15 40

89077/28130

L'Institut le Rosey à Rolle
(Gstaad en hiver) engage des
EMPLOYÉS DE MAISON INTERNES
(hommes et femmes) avec expérience.
Nourris - logés. Permis: B ou C uniquement.
Offres écrites à:
F. Hauser, gouvernante, Institut Le
Rosey, 1180 Rolle.
P. 88849/29017



Les **Restaurants de Palexpo** cherchent un

chef des achats responsable du secteur de l'économat

Profil:

- aimer le travail administratif tout en étant un homme de terrain
- apte à diriger une équipe
- connaître la restauration ou avoir travaillé dans un poste similaire
- être intègre
- être disponible (horaires variables)
- bon négociateur
- apte à travailler sur informatique
- connaître la gestion des stock
- bonne maîtrise de l'anglais (allemand un atout)
- aimer le contact clientèle
- âge: entre 30 et 50 ans
- Suisse ou permis de travail valable sur Genève.

Nous offrons:

- un poste de cadre
- un salaire motivant
- un travail en équipe
- une diversité dans les tâches.

Entrée en fonction: date à convenir

Offre avec curriculum vitæ, lettre de motivation et photo à envoyer d'ici le 15. 11. 1996 à: Télé-Restaurant Management S.A. - Palexpo - 29, rue Lect - 1217 Meyrin.

Aucun suivi sera assuré pour les dossiers ne correspondant pas au profil.

88980/203955



**Annonces par Téléfax
031 372 23 95**

Grand Hôtel de renommée internationale en Suisse romande

cherche pour entrée de suite ou à convenir son/sa

DIRECTEUR/-TRICE COMMERCIAL(E)

- Vous possédez une solide formation commerciale et le **marketing hôtelier** est votre spécialité.
- Vous êtes à l'aise dans la **prospection** et la **communication** et avez l'habitude de diriger une équipe.
- Vous avez un caractère d'entrepreneur, indépendant, dynamique, ambitieux et persévérant.
- Vous êtes un(e) négociateur/-trice hors pair et maîtrisez le **français, l'allemand et l'anglais**.

Venez rejoindre notre équipe dynamique!

Adressez-nous votre dossier complet avec photo sous
chiffre 89063, *hôtel revue*, case postale, 3001 Berne.

Au Parc Hotel

Fribourg

cherche

une réceptionniste

français, allemand
et anglais souhaité.
Permis valable.

Entrée à convenir.

Envoyez-nous vos offres
comportant curriculum vitæ.

Au Parc Hôtel
Bureau du personnel
Rte de Villars 37, 1700 Fribourg
Tél. 037 82 11 11



88976/243841

Hôtel & Résidence de Champéry****

cherche pour cette saison
d'hiver:

- assistant de direction F/D/E
- réceptionniste débutant(e) F/D/E
- night-auditor F/D/E
- barmaid F/E
- commis de cuisine avec CFC
- aide de cuisine.

Vous êtes Suisse ou au bénéfice d'un permis valable, alors adressez-nous votre c. v. et photo.

Monsieur Olivier de Reynier
Hôtel de Champéry
CH - 1874 Champéry

89075/7080

Le piment d'une idée ...

Genève MÖVENPICK HOTEL

4 étoiles Plus, 350 chambres, 2 restaurants traditionnels,
1 restaurant type "Marché", 1 restaurant japonais, 1 Cocktail-Bar,
18 salons de banquets (1000 m²)

NOUS CHERCHONS:

UN COMMIS DE CUISINE

Ce poste conviendrait à un jeune
professionnel en possession d'un CFC.

Venez nous rejoindre, nous nous
réjouissons de faire votre connaissance!

Vous êtes de nationalité suisse ou au bénéfice d'un permis valable,
alors adressez-nous vos offres.

Hôtel MÖVENPICK - Bureau du personnel
20 route de Pré-Bois 1215 GENEVE 15
Tél. 022/717.16.24

MÖVENPICK



"The Leading Hotels of the World"

Nous cherchons pour entrée au 15 novembre 1996:

un night-auditor

Nous demandons:

- bonne formation professionnelle
- connaissances informatiques (HIS - Fidélité)
- bonnes connaissances du français et de l'anglais
- excellente présentation.

Nous offrons:

- poste à responsabilités avec petite équipe de nuit
- possibilité de logement dans notre maison du personnel.

Les candidats de nationalité suisse ou titulaires d'un permis de travail valable, renouvelable à l'année, sont priés d'envoyer leur offre au bureau du personnel.

QUAI TURRETTINI 1 1201 GENEVE

HÔTEL DU RHÔNE
GENÈVE

Le plus grand marché de l'emploi pour la gastronomie, dans votre



INTERNATIONALER STELLENMARKT

culinary opportunities
in Boston

The swissôtel Boston is looking for experienced cooks. Qualified applicants will have previous culinary experience. Hotel experience and formal training preferred.

swissôtel Boston is a 500 room full service luxury hotel with a 5,000 sq ft classical ballroom. swissôtel is a first class hotel management company of Swissair with properties in 9 countries. We are committed to providing the highest level of customer satisfaction by encouraging employee growth and responsibility.

swissôtel will assist in acquiring appropriate paperwork to work in the United States. Housing not provided.

Please send or fax your resume to:

Human Resources
swissôtel
1 Ave de Lafayette
Boston, MA 02111
fax # (617) 422-5416

swissôtel is a drug free workplace. Pre-employment drug testing required.

88907/356628

swissôtel
BOSTON

ÜBERSETZUNGSDIENST

JCW SERVICES, Waldhofstr. 43, CH - 4310 Riehenfelden,
☎ 061 422 06 57 Fax 061 422 06 56

Ob Sie sich in **USA • CANADA • AUSTRALIEN • NEUSEELAND** oder auf Kreuzfahrtschiffen bewerben, erwarten wir, dass Sie sich in **ENGLISCH** bewerben. Mit unseren englischen, gastgewerblich orientierten Spezialisten bieten wir Ihnen eine professionelle Übersetzung Ihrer Unterlagen (Lebenslauf/Zugnisse). Rufen Sie an oder verlangen Sie unseren Prospekt. 78970/304913

Wir suchen

für eine renommierte, bekannte Hotelkette in

Kenya

qualifizierte Haus-Damen für das

«House-Keeping»

Idealerweise 30 bis 45 Jahre, mit sehr guten Englischkenntnissen und unabhängig, da Vertragsdauer mindestens 2 Jahre oder länger. Eintritt auf Oktober/November.

Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf, Zeugnis und unbedingt Foto zwecks Erscheinungsbild. 89015/47619

EFAR CONSULTING AG

CH-4123 Allschwil 3/Basel
Baslerstrasse 275 Tel. 061/486 77 00

USA

Leben und Arbeiten ?

Green Cards für jedermann

Info-Tel. 041 - 282 04 54 24 Std.
Listrighalde 11, 6020 Emmenbrücke
GREEN CARD SUPPORT SERVICE

Empfangsmitarbeiter/in

***-Hotel in der Innenstadt von Köln sucht zum baldmöglichsten Eintritt eine/n junge/n Mitarbeiter/in für sein Receptionsteam. Fremdsprachen erwünscht. Unterbringung möglich. Berufsanfänger angenehm.

Bewerbungen schriftlich oder vorab telefonisch über:

Hotel Leonet, Rubensstrasse 33,
50676 Köln,
Telefon + 49-(0)221-236016,
Fax 21 08 93. 88981/356544

USA, Massachusetts, Château-Hôtel, top gastronomisches Restaurant ist now hiring:

F&B Manager
Maitre d'hôtel
Chef de rang
Réceptionist

Apply at Wheatleigh, P.O. Box 824,
Lenox, MA 01240, USA. Training period also available for Hotel School students. 89086/353127

büro metro

Seit Jahrzehnten die Adresse für professionelles Personal in Hotels und auf Kreuzfahrtschiffen WELTWEIT!

Auslandstellen, Schiffsstellen
Kaderstellen, Sprachaufenthalte

KREUZFARTSCHIFFE:

Hotel Manager
F&B Manager
Restaurant Manager
Executive Chef
Sous-chef
Guest Hostess

ENGLAND

UND KANALINSELN:

Hotelfachpersonal

Büro Metro
Freiheitsstrasse 7
CH-8039 Zürich

Telefon 41(0) 1 201 41 10
Fax 202 16 46

KALIFORNIEN

Für ein Top Business Restaurant in New Port Beach suchen wir in Jahresstelle

Chef de partie

Kontaktadresse und weitere Details:

Hotel Boo
3732 Saanen
Telefon 030 4 14 41, ab 9. 11. 96
033 744 77 77. 89061/29386

Hier könnte
Ihr Inserat stehen!

Diese Grösse kostet Sie nur Fr. 334.- (exkl. 6,5 % MwSt.)

114 mm (= 4-spaltig) x 80 mm Höhe x Fr. 1.20 (Millimeterpreis) = Fr. 384.-

Hier könnte
Ihr Inserat stehen!

Wir suchen

für eine renommierte, bekannte Hotelkette in

Kenya

erfahrene, qualifizierte

Küchenchefs

für Hotel-Resorts

mit Führungsqualitäten und sehr guten Englischkenntnissen. Vertragsdauer mindestens 2 Jahre oder länger.

Bewerbungen mit Lebenslauf, Zeugniskopien und unbedingt Fotos. 89014/47619

EFAR CONSULTING AG

CH-4123 Allschwil 3/Basel
Baslerstrasse 275 Tel. 061/486 77 00



VIP International Group
VIP House
17 Charing Cross Road
London WC2H 0EP
Telephone: ++44 171-930 0541
Fax: ++44 171-930 2860

OVERSEAS EXECUTIVE & MANAGEMENT DIVISION

VP/Genl. Hotel, Casino, Condo, Marina, Complex, previous similar Exp. required. ASIA

G. Mgr., Exec. Assistant Mgr. i/c F&B, Exec. Chef, Sous Chef, Patissier, 5* New Deluxe Hotels ASIA

G. Mgr. Deluxe Hotel, pref. Maltese National or previous Exp. in S-Europe MALTA

F&B Dir. Large Deluxe Hotel, previous Exp. in Asia in large operations ASIA

Dir. Sales & Marketing Leading 5*-Hotel, min. 5 years Exp. in Asia ASIA

F&B Dir., Group Executive Chef, Dir. Human Resources, Group Engineer, Fluent Spanish and English, 5* Hotel Group EUROPE

G. Mgr. Resort Hotel, German, English and Spanish Languages CARIBBEAN

Guest Relation Mgr. Fluent German and English (French an advantage), Resort KENYA

G. Mgr. + Total Hotel Team Tunisian Nationals only, 5* Resort Hotel TUNISIA

Operations Dir. and Asst. to the President, 1x based in EUROPE; 1x based in NORTH-AMERICA; Expanding international Contract Catering Organisation, prev. similar Exp. essential, A: English/French and Italian Languages, B: English/Spanish Languages

VIP INTERNATIONAL CRUISE DIVISION

Shipboard Hotel Mgr. x2, Dir. F&B, Chief Stewards, Exec. Chefs x2, Exec. Sous Patissiers, Maitre D', Exec. Housekeeper, H.walters, Chefs de Rang, Provisions Master, F&B Controllers, Duty Free Manager, Head Wine Waiter (Tax Free Salary), Supplying quality personnel to over 60 Luxury Vessels world-wide.

CHEFS INTERNAT. DIVISION (Master Chefs of the World)

Exec. Chefs, Sous, Tournant, Chef Patissiers, Italian Chefs (WORLD-WIDE) 89090/242160

STELLENGESUCHE • DEMANDES D'EMPLOI

Erfahrener CH-Hotelier

sucht per 1. März 1997

neue Herausforderung

in der 4-★-Stadthotellerie als Direktor oder Pächter (EHL, 20 Jahre Direktionserfahrung).

Über Ihre Kontaktaufnahme freue ich mich. Chiffre 88988, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern. 88988/40533

Gehörlose Jungköchin

sucht eine Stelle ab 1997, evtl. früher. Möglich in Personalrestaurant oder Heim. Ich freue mich, eine Stelle zu bekommen.

Offerten unter Chiffre 89082, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern. 89082/356671

Hoteller-Ehepaar (33jährig) sucht eine Stellung als

Geranten-

oder als

Direktionsehepaar

in einem 3-★-Hotel in der Grösse von 30 bis 50 Zimmern oder in einem regen Restaurationsbetrieb.

Wir bieten:

- * Moderne Personalführung
- * Kostenbewusste Betriebsführung
- * Selbständige Erledigung von administrativen Aufgaben
- * Kalkulationssicherheit in der Preisgestaltung
- * Kreatives, bürgerliches Küchenangebot
- * Wir sind zukunfts- und trendorientiert
- * Wir leben Gastfreundschaft mit eigenem Beispiel vor.

Offerten unter Chiffre 89029, an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern. 89029/59471

Hotel-/Restaurations-Fachmann, 42jährig, mit Direktionserfahrung, sucht ab Winter '96 neuen Wirkungskreis als

Direktor/Geschäftsführer

oder
Kadermitarbeiter eines Gastronomie-Unternehmens
Bevorzugter Arbeitsort: Zürich.

Hotelfachschule Lausanne, dipl. Hoteller SHV, Ausländerfahrung.

Kontaktaufnahme bitte unter Chiffre 88885, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern. 88885/325821

Master of Business Administration MBA und eidg. dipl. Rest.-Hotelière, CH, sucht nach 2jährigem GB-Aufenthalt

neuen Challenge

Reiche 4jährige Berufserfahrung (Administration und Management), Managementstudien an GB-Uni, D, E, F, I.

Infos bei: Christine Zahn, 6 Fernwood Cres., GB-Nottingham, +44 115 9283 280. 83101/356675

Begeistertes, qualifiziertes

Gastgeber-Ehepaar

sucht neue, interessante Herausforderung (in Direktion oder Miete).

Wir sind standortungebunden und können unsere Fähigkeiten für eine neue Aufgabe rasch zur Verfügung stellen.

Näheres erfahren Sie unter Chiffre 88879, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern. 88879/35804

Unfall, Militär, Ferien, was jetzt!

Ich, CH-Koch mit Wirtefähigkeitsausweis und Aushilfeerfahrung, habe noch Termine frei! Einsatz Voll- oder Teilzeit. Region Aargau, Zürich, Innerschweiz bevorzugt.

Interessiert? Dann rufen Sie mich an: Telefon 056 633 63 22, ab 18.00 Uhr. 89019/356654

Allrounder im
Gastgewerbe (29)

D/E/F, Hotelfachschulabschluss, sucht neuen Wirkungskreis in der Region Biel, Bern, Solothurn oder Murten. Fundierte Restaurations- und Hotellerieerfahrung als Stv. Geschäftsführer. Voller Tatendrang und guter Ideen.

Rufen Sie mich an, ich bin Ihr Mann!

O. Schluep, 032 88 16 70 89081/35279

Für die kommende

Wintersaison

vermitteln wir Ihnen kostenlos

Spanier/innen

mit Sprachkenntnissen und Berufserfahrung.

Telefon 031 961 78 88
Fax 031 961 73 34 89058/35452

Gesucht per sofort oder nach Vereinbarung

Praktikumsstelle (Hotel)

Schweizer, 20jährig, D, F, E, der 1997 die Hotel- und Touristikfachschule Chur besuchen will.

Bitte melden Sie sich über Telefon 052 315 42 27. 89080/356670

Im Doppel

Wir suchen für Winter 1996/97 Stelle als

Demi-chef de partie

Österr., 23jährig. Ausbildung: Bavaria Hotelfachschule Alt Otting.

Lehre: Hotel Bachmaier am See, Rottach-Egern, Hayt Köln, Bahamas Long Island Resort Hotel, Teil Winter-, zurzeit Sommersaison Hotel Rosatsch, Pontresina.

Stelle als

Commis de cuisine

Deutsch, 22jährig. Lehre: Hotel Excelsior Köln, Weinhaus Alte Schule, zurzeit Wehrdienst (Grossküchenverfleger). 4- oder 5-Sterne-Hotel mit Kost und Logis, wo wir unser Können, unsere Power und Phantasie einbringen oder vervollständigen können.

Sebastian Slama, Kaiserstrasse 114, D-51545 Waldbröl, Telefon + Fax 0049 2291 4334. 88493/356172

Hôtelier-restaurateur

diplômé E.H.L., 35 ans, f./all./ang., notion informatique, cherche emploi administration ou responsable service, région Montreux-Lausanne. Libre tout de suite. Tel. 029 8 56 91. P 89017/356659

Ihr Aushilfskoch

kurzfristige Aushilfe, tage-, wochenweise, von versiertem Koch.

Telefon 041 787 30 33 abends. 86610/356144

Junger, italienischer Koch sucht Jahres- oder Saisonstelle als

Commis

2 Jahre Küche, Hotelfachschule, 5 Saisons Koch im elterlichen Betrieb (Sprachen I/E).

Offerten bitte an: Marco Marconi, Via Bernardini 6, I-Savignano, Provinz Forlì, Tel. 0039 541 946 283. 89003/33871

Dynamischer, flexibler

Hotelpromi

27jährig, CH, eidg. diplomierter Hoteller HF, Erfahrung als Direktionsassistent, sucht neue Herausforderung, ab November 1996, als Kadermitarbeiter (vielseitige Aufgabe).

Offerten unter Chiffre 89016 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern. 89016/356658

Wenn's pressiert...

...übermitteln Sie uns Ihre Inserat-Aufträge einfach per Telefax. Rund um die Uhr.

Nummer 031 372 23 95.

...das ideale
Umfeld
für
Ihre Inserate

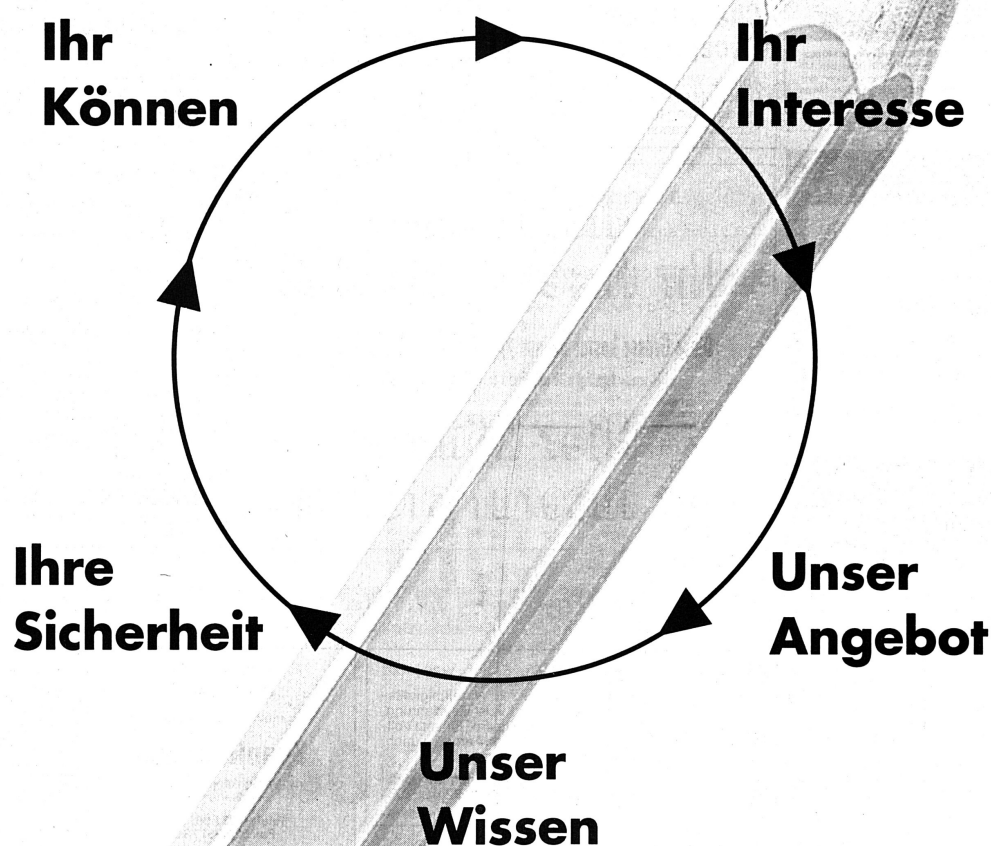


**Schweizer Hotelier-Verein
Société suisse des hôteliers**

Weiterbildung
Formation permanente

KURS NACH MASS

Sie bestimmen das Thema – wir erarbeiten das Kurskonzept.



3 Vorteile auf einen Blick:

- 1. Abstimmung der Kursinhalte auf Ihre Bedürfnisse**
- 2. Flexible Integration der Kursmodule ins Tagesgeschäft**
- 3. Direkter Transfer der Kursinhalte in die Praxis**

Für weitere Informationen setzen Sie sich bitte mit dem Weiterbildungsteam SHV in Verbindung. Telefon 031 370 41 11.