

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 109 (2001)
Heft: 46

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: 18.08.2025

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



MONDAVI / Margrit Biever-Mondavi hat die Entwicklung des kalifornischen Weingutes stark mitgeprägt. **SEITE 2**



TOURISMUS / BAK und seco prognostizieren eine Verlagerung der Reiserströme zugunsten der Schweiz. **SEITE 7**



hotel+tourismus revue

Die Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit **Avec cahier français**

BLICKPUNKT

Die Werte wandeln sich

CHRISTINE KÜNZLER

Der neuste Absturz eines Airbus der American Airlines in New York weist nicht auf einen Terrorakt hin – zumindest bis Redaktionsschluss nicht. Ob Unglück oder Anschlag – mindestens 265 Menschen sind tot. Und die Flugangst wird dadurch weiter steigen.

Die Welt ist unsicherer als je zuvor. Und diese Unsicherheit wird nicht nur ein verändertes Reiseverhalten nach sich ziehen, sondern auch einen Wertewandel auslösen. Familienwerte (und -Ferien) beispielsweise stehen nächstes Jahr hoch im Kurs, sagen - Zukunftsforscher. Mit schönen, «atmosphärisch-mystischen Winterlandschaftsbildern» will Schweiz Tourismus «den wahren Reichtum der Schweiz» kommunizieren. Das mag der richtige Weg sein im 21. Jahrhundert, das laut Zukunftsforscher Matthias Horx am 11. September 2001 begonnen hat. Die Touristiker können das Ihre beitragen, dass die Menschen dieses neuen Jahrhunderts in ihren Ferien von positiven Bildern und Menschen umgeben sind. Touristiker können ihren Gästen zwar nicht absolute Sicherheit vermitteln, aber ihnen eine Oase bieten, in der sie Wärme, ein Stück Geborgenheit, Sinnlichkeit und Unbekümmertheit erleben können. **Siehe auch Seite 3**

INHALT

Meinung	2
Aktuell Winterkampagne	3
Thema Schulhotel Regina	4
Thema Seilbahnen	5
Thema Deutschland	6
Thema Konjunktur	7
Tourismus	9/10
Hotellerie	11/12/13
Gastronomie	15/17/19/21
Marktnotizen	20
Die Letzte	22
Cahier français	3. Bund
Stellenrevue	4. Bund

WORLD TRAVEL MARKET / Die geografische Umschichtung kennzeichnete die Londoner Weltmesse. Von Montag bis heute stand vor allem die europäische Branche im Zentrum des Geschäfts. **JACKIE MITCHELL**

Geschäft verlagert sich nach Europa

«Vorsichtiger Optimismus» war das Kennwort an der Eröffnung des diesjährigen World Travel Market (WTM) in London. Er war auf Ausstellerseite wie auf Besucherseite «packed out», voll besetzt. Die meisten unter den befragten Ausstellern betonten gegenüber der htr, das WTM-Geschäft dieses Jahres sei gut, wenn auch nicht so schwungvoll wie im letzten Jahr.

«Frieden durch Tourismus» war das Thema der Eröffnungszeremonie in diesem Jahr. Was niemand voraussehen konnte, war der tragische Absturz des Airbus der American Airlines beim Start vom Flughafen JFK in New York, hinein in das Wohngebiet von Queens, am ersten Tag des WTM.

NEUER NACHBARSCHAFT-TOURISMUS IN EUROPA

Kip Horton ist Sales Director der European Division von Starwood Hotels & Resorts, mit den Marken Sheraton, Westin, St. Regis, Four Points, W-Hotels und Luxury Collection. «Das Geschäft geht weiter – wenn auch nicht mit den gleichen Umfängen», sagte Horton. «Der Tourismus ist eine flexible Branche. Wir müssen Märkte ausnutzen, die wir bisher noch nicht erschlossen haben.» Dafür müsse der «approach» (die Methode) geändert werden. Starwood wolle für seine europäischen Hotels und Resorts nach Gästen Ausschau halten, die Ferien in der Nähe ihrer Heimat suchen.

«Zum Beispiel sollen unsere italienischen Hotels mehr Gäste aus der Schweiz und Österreich generieren.» Horton glaubt, dass die Reisenden mehr durch den Zimmerpreis als durch Ängste beeinflusst werden. «Alle haben ein Reisebudget, und der richtige Deal wird sie motivieren.» Jedes Land werde sich in seiner eigenen Geschwindigkeit von der Tourismuskrise erholen, glaubt er.

SICHERE QUELLMÄRKTE LIEGEN IM TREND

Für Jenny Rossbach, Sales Manager der von Deutschland aus geleiteten und in der Schweiz aktiven Lindner Hotels & Resorts, bietet der World Travel Market eine gute Gelegenheit, um



ALLE PLÄTZE BESETZT
Gemessen am grossen Zuspruch der Besucher wird der WTM einen positiven Impuls an den Tourismus aussenden.

Tour Operators aus anderen europäischen Ländern wie Grossbritannien und den Niederlanden zu treffen. «Diese Messe bringt mehr Aufmerksamkeit für unsere Hotelgruppe, die international noch nicht so gut bekannt ist.» Ab Januar 2002 werden die Lindner Resorts, darunter dasjenige in Leukerbad, auch von den SRS World-hotels vermarktet werden, die bisher bereits die zehn Business-Hotels der Gruppe auf den Markt brachten. Dies soll dabei helfen, Lindner übersehbar auf die Landkarte zu setzen.

In Frankfurt und Düsseldorf sei das Business-Reisegeschäft zurückgegangen, «aber nicht so schlimm wie innerhalb der USA. In Deutschland fühlen sich die Menschen sicher. Wir halten Ausschau nach inländischen Gästen für alle unsere Hotels und forcieren das Geschäft aus den Quellmärkten der Nachbarländer.»

«Vorsichtig optimistisch», so bewertet Peter Shaindlin die Situation. Er

ist bei den Rosewood Hotels & Resorts Regional Vice President für die Karibik zuständig. Normalerweise werde bei Rosewood lange im Voraus

gebucht. «Aber jetzt leben die Menschen von Tag zu Tag – sie warten so lange wie möglich: Buchungen gibt es höchstens sechs Wochen im Voraus.»

Trend-Beispiel Best Western Schweiz

Das WTM-Geschäft 2001 von Best Western Schweiz ist ein Beispiel für die geografische Umschichtung von Übersee nach Europa. Barbara Friedli, zuständig für Sales und Marketing, traf sich am WTM mit Tour Operators – allerdings waren es nicht so viele wie im letzten Jahr. «Ich hatte Key Accounts aus den USA eingeladen, aber sie entschieden sich, gar nicht zu kommen.» Best Western Schweiz hatte im September und Oktober viele Absagen aus den USA und aus Asien zu verzeichnen. Viele US-amerikanische Grossunternehmen ziehen gegenwärtig Video-Konferenzen vor.

«Das Wintergeschäft ist gut», betont Barbara Friedli, «denn diese Gäste kommen aus Europa.»

Das Sommergeschäft hänge von dem ab, was in den nächsten Wochen passiert. «Wir können uns nicht beklagen – Best Western ist bekannt in den USA. Das ist bei einem kleinen Einzelhotel anders.» Gemäss Barbara Friedli wird Best Western Schweiz «amerikanische travel agents» in die Schweiz einladen, um ihnen zu zeigen, dass sie Sicherheit bietet. Und wir bearbeiten Märkte wie Deutschland, Frankreich und Italien, von denen aus die Gäste nicht fliegen müssen.» **JM**



ADRESSE: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern • REDAKTION: Telefon: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: ht@swiss-hotels.ch • VERLAG: Telefon: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: media@swiss-hotels.ch

Die erfolgreiche Hotel-Software

hogatex

Hogatex Starlight® for Windows

Touch Screen POS-Systeme **InfoGenesis**

Hogatex-Fenner AG • Tel. 01/743 47 50 • Fax 01/741 11 12
Internet http://www.hogatex.ch • e-mail: info@hogatex.ch

Miele
Service-Abonnement.

Vollgarantie mit Bonus.

Rufen Sie an!
Miele Professional
Tel. 056/417 24 62

»däguggerszimmer wächselgitimmersovil arbetufemkompi«

Hätte ich doch Fidelio von.

CHECK IN DATA

Sellenbüren Crissier Lugano Zuoz Telefon 01 701 96 96

IN KÜRZE

Deutschland / Wie verarbeitet die Tourismusbranche in unserem nördlichen Nachbarland die Folgen des «WTC-Bombings». Tatsache ist, dass Hoteliers und Reiseveranstalter mit Massenstornierungen, Kurzarbeit und Entlassungen zu kämpfen haben. **Seite 6**

Internet / Die Verantwortlichen von HeidiLand haben den Internetauftritt ihrer Region an die Webabteilung von Schweiz Tourismus delegiert. Mittels Content Management System können sie aber Inhalte selbst aktualisieren. **Seite 9**

Prognose / Die BAK Konjunkturforschung Basel rechnet für die Wintersaison 2001/2002 mit einem Rückgang der Hotelübernachtungen um 5,5 Prozent. Erst im nächsten Sommer soll es wieder besser werden. **Seite 7**

Behinderungen / «Touristiker begegnen Rollstuhlfahrern» hiess verkürzt ein Symposium der Internationalen Schule für Touristik in Zürich. Fazit: Behinderte sind im Feriendland Schweiz immer noch sehr benachteiligt. **Seite 10**

SHV-Forum / «European Hospitality Forum» – unter diesem Namen veranstaltet der Schweizer Hotelierverein an der Igeho in Basel ein internationales Expertentreffen über die Zukunft des Hotellerie-Managements. **Seite 11**

Opiumhöhle / Im Lononer Soho-Quartier findet sich an unscheinbarer Stelle ein Restaurant namens «Opium»: Das asiatisch-französische Gastronomie- und Unterhaltungskonzept – im exotisch-luxuriösen Kolonialstil von Französisch-Indochina – läuft auch nach einem Jahr besser denn je. **Seite 15**

Portrait / Im Alter von 28 Jahren hat Simon Anderegg das Hotel Victoria in Meiringen von seinen Eltern abgekauft. Jetzt, sieben Jahre später, ist der Betrieb als «ein wenig Künstlerhotel mit hohem Niveau der Restaurantküche» positioniert. Mut und Begeisterungsfähigkeit ebneten ihm den Erfolg. **Seite 13**

Bettwäsche / Längst hat sich das Bett in vielen Hotels vom einfachen Ruhelager zu einer Oase des persönlichen Wohlfindens entwickelt. Hersteller von Bettwäsche entwerfen laufend neue Farben, Muster und Kollektionen. **Seite 21**

AUS DEM CAHIER FRANÇAIS

Wintergeschäft / Die wichtigsten Westschweizer Tourismusdestinationen sehen der beginnenden Wintersaison – trotz wirtschaftlicher Abkühlung – mit viel Optimismus entgegen. Grund zur Hoffnung gibt der momentan erfreuliche Bestand an Reservationen. **CF Seite 1**

Martigny / Günstiges Klima im Wallis: An der vierten Ausgabe des internationalen Tourismus-Symposiums, an dem rund 350 Personen teilnahmen, wurde auf die Wichtigkeit von Innovationen im Tourismus hingewiesen. **CF Seite 5**

Euro / Bald kommt die europäische Einheitswährung. Das «Institute for Hospitality Research» der Lausanner Hotelfachschule untersuchte die Auswirkungen des Euro auf die Hotellerie. Eine Auswertung auf **CF Seite 2**

Greizer / Erlebnis Raststätte im Greizerland: Letzte Woche fand die dritte «Incentive» für Unternehmen von Personentransporten statt: Rund 70 Buschauffeure aus vier Ländern trafen sich für zwei Tage im lieblichen Greizer. **CF Seite 6**

FORUM

Ferien auf dem Bauernhof

RITA BARTH*

In der Landwirtschaft herrscht seit dem neuen Bericht der Agrarpolitik 2007 eine grosse Unsicherheit. Man kann sich fragen, ob der Einstieg der Schweizer Landwirtschaft in den Tourismus eine Chance ist? Ich wage, ja zu sagen. Die Schweizer Landwirte haben



grosse Chancen, wenn sie bereit sind, in den qualitativ hoch stehenden Tourismus mit allen seinen Anforderungen und Konsequenzen einzusteigen. Also zum Beispiel das Lebensmittelgesetz einzuhalten, Mehrwertsteuer abzugeben, das Gastgewerbesgesetz zu erfüllen sowie die vorhandenen Gebäude ihrer Region entsprechend zonenkonform zu nutzen. Wenn diesen Anforderungen entsprochen wird, wird ein Landwirtschaftsbetrieb nie eine Konkurrenz zum bestehenden Gastgewerbe. Das Angebot Ferien auf dem Bauernhof kann zu einer Bereicherung des Schweizer Tourismus werden.

Für die Schweizer Landwirtschaft wäre das Angebot die beste und wahrheitsgetreue Werbung bei der nicht landwirtschaftlichen Bevölkerung. Die Landwirte müssten bereit sein, ein offenes Haus zu haben. Möchte ein Landwirt in diesen anspruchsvollen Betriebszweig einsteigen, muss er unbedingt zwei Herzen haben: eines für die Landwirtschaft und eines für den Tourismus. Entweder ist er ein geborener Gastgeber, oder er muss bereit sein, diese vielseitige Rolle zu erlernen.

Für die Landwirte ist das ein neues Einkommen, eines, das nicht aus dem Boden gezo-gen wird, und eines, das ohne Bundesgelder und Subventionen auskommt. Die Landwirte müssen nach dem Solidaritätsprinzip arbeiten, das sich bis jetzt bewährt hat. Der Verein Ferien auf dem Bauernhof lebt es seit 1988 vor. Die Organisation ist weitsichtig und arbeitet mit einem touristischen Partner, der Schweizer Reisekasse, zusammen. Die jährlich steigenden Belegungen sind der Beweis, dass Ferien auf dem Bauernhof ein gesuchtes Produkt ist.

Für die Landwirte heisst der Einstieg in den Tourismus, sich zu öffnen mit Haus, Hof und Herz, damit der Gast spürt, dass er willkommen ist. Mit diesem sehr anspruchsvollen Angebot können sich einige Landwirte die Existenz auf ihrem Hof sichern, und gleichzeitig wird das Umfeld für den gesamten Tourismus gepflegt. Sie benötigen keinen neuem Arbeitsplatz, nehmen ihn auch niemandem weg, sondern bringen Leben und neue Touristen in die ländlichen Regionen.

*Rita Barth ist Präsidentin des Vereins Ferien auf dem Bauernhof.

MONDAVI / Die Schweizerin Margrit Bieber Mondavi, Ehefrau des legendären Robert Mondavi, hat die Entwicklungen des kalifornischen Weinguts entscheidend mitgeprägt. INTERVIEW: STEPHAN WEHRLÉ

Innovationen mit «swiss support»

Der internationale Weinmarkt ist geprägt von Konzentrationen, Partnerschaften und Konsolidierungen. Wie sehen Sie die globalen Entwicklungen im internationalen Weingeschäft?

Ich bin überzeugt, dass wir im Bereich der Konzentrationen auf internationaler Ebene langsam eine Sättigung erreicht haben. Auf lokaler und regionaler Ebene werden wir in den nächsten Jahren noch einige neue Zusammenschlüsse und Partnerschaften auf dem Markt haben, sei es in Bezug auf gemeinsame Produktionen oder vor allem für logistische und demzufolge Kosten senkende Kooperationen.

«Die Strategie heisst nicht Expansion um jeden Preis.»

Chardonnay und Cabernet Sauvignon prägen seit vielen Jahren den US-amerikanischen Weinmarkt. Wie lange werden diese beiden Rebsorten noch den Weinmarkt dominieren, und ist es nicht an der Zeit, Neues zu lancieren?

Es ist richtig, dass der amerikanische Wein primär mit Chardonnay und Cabernet Sauvignon gleichgesetzt wird. Wir haben vor Jahren damit angefangen, neue Weine zu produzieren, beispielsweise Pinot Noir, Zinfandel oder auch Fumé Blanc. Leider sind viele Produzenten in den USA zu sehr den Trends gefolgt und haben üppige und teilweise sehr eichenfasbetonte Weine hergestellt. Insbesondere mit Zinfandel (in Europa ist die verwandte Rebsorte als «Primitivo» bekannt) haben wir bewiesen, dass man in Kalifornien auch schlanke und elegante Weine herstellen kann.

Sie expandieren nach Europa, sind bereits zahlreiche Kooperationen eingegangen und haben Investitionen getätigt. Welches ist Ihre Strategie auf dem europäischen Markt?

Wir möchten nicht einfach expandieren und so gross wie möglich werden, sondern gezielte Partnerschaften eingehen, wobei jeweils beide Partner voneinander profitieren sollten. Kooperationen gehen wir nur mit Familienbetrieben ein, mit dem Ziel, Synergien zu erzielen. Wir wollen zusätzliches Know-how erwerben und uns natürlich in den jeweiligen Märkten positionieren. Als klassisches Beispiel gilt die gemeinsame Produktion der Weinmarke Opus One mit dem französischen Château Mouton Rothschild. Die Strategie heisst also nicht Expansion um jeden Preis, sondern gezielte Partnerschaften eingehen mit dem Ziel, die Innovationskraft weiter auszubauen und qualitativ hoch stehende Weine zu produzieren.

PHOTO: ZIG



MARGRIT BIEBER MONDAVI

«Es wäre zweifellos interessant, mit einem Schweizer Produzenten zusammenzuarbeiten.»

Der Weikonsum in der Gastronomie und in der Hotellerie ist seit Jahren rückläufig. Was können einerseits die Produzenten und andererseits die Gastronomen dagegen tun?

Wir müssen unterscheiden zwischen dem Konsumverhalten der meisten Amerikaner und den europäischen Ess- und Trinkgewohnheiten. Während wir in den USA die Gastronomen und viele Gäste erst noch überzeugen müssen, dass sich Wein hervorragend zu einem Essen eignet, ist für die meisten Europäer, zumindest in den traditionellen Weinproduktionsländern, der Weikonsum eine Selbstverständlichkeit. In der Gastronomie ist sicher primär Schulung angesagt. Weine müssen generell besser bekannt gemacht werden, das heisst, Informationen über Rebsorten, Anbaugelände, Lagen und Produzenten müssen verbessert und dem Gast zugänglich gemacht werden.

«In der Gastronomie ist sicher primär Schulung angesagt.»

Ich habe immer versucht, Wein als gutes Gefühl anzubieten, den Wein mit den schönen Dingen des Lebens zu verbinden. Seit Jahren verbinden wir Führungen und Weindegustationen mit Konzerten, Kunstausstellungen oder Wine&Dine-Anlässen. Seit über zehn Jahren bietet das Robert Mondavi Wine&Food Center Weins-

minare, Kochkurse oder Weiterbildungsprogramme an.

In Europa versucht man seit einigen Jahren, mit Wine Bars Weine aus der ganzen Welt dem Konsumenten näher zu bringen. Der italienische Weingigant Antinori hat unter seinem Namen eigene Wine Bars eröffnet. Wäre das ein Weg für Sie, um die Marke Mondavi bekannter zu machen?

Ein konkretes Projekt diesbezüglich ist nicht geplant. Wir sind jedoch jederzeit offen für Neues – auch in Europa.

Die Innovationskraft gilt als eine der Stärken im Hause Mondavi. Was können die Weinliebhaber in nächster Zeit erwarten?

Innovation ist ein Prozess und nicht irgendwann abgeschlossen. Sicher müssen wir noch mehr an der Herkunftsbezeichnung arbeiten;

wir möchten unseren Kunden genaue und detaillierte Informationen über Appellationen und Lagen, wie beispielsweise in Frankreich, vermitteln.

«Sicher müssen wir noch mehr an der Herkunftsbezeichnung arbeiten.»

Können Sie sich eine Partnerschaft mit einem Schweizer Produzenten vorstellen?

Wie gesagt, wir sind offen für Neues. Es wäre zweifellos interessant, mit einem Schweizer Produzenten zusammenzuarbeiten.

Margrit Bieber Mondavi

Margrit Bieber Mondavi, geboren in Appenzell und aufgewachsen im Tessin, ist Vice President of Cultural Affairs der Robert Mondavi Winery. Als Wegbereiterin der modernen kalifornischen Weinwirtschaft kam sie 1967 auf das Weingut und konnte dort ihr Lebensziel verwirklichen: die Verbindung von Wein, Kunst, Musik und kulinarischer Fertigkeit. Unter ihrer Leitung wurden auf der Robert Mondavi Winery kulturelle und kulinarisch-künstlerische Veranstaltungen ins Leben gerufen, die mittlerweile in der Weinwelt etabliert sind.

Die 1966 gegründete Robert Mondavi Winery gilt als eines der innovativsten Weingüter im amerikanischen Napa Valley. Mit einem Jahresumsatz von 506 Mio. US-Dollar ist Mondavi weltweit der neuntgrößte Weinproduzent. Das an der New Yorker Börse kotierte Unternehmen hat in den Siebziger Jahren als einer der ersten amerikanischen Betriebe Weine nach Europa exportiert. Knapp über 10 Prozent der Weine von Mondavi werden ins Ausland verkauft, bis ins Jahr 2010 soll der Exportanteil rund 15 Prozent betragen. SW

**LÖHNE 2000 / Erhebung des Bundesamtes für Statistik
Gastgewerbe: Schlusslicht**

Je nach Branche klaffen in der Schweiz die Löhne weit auseinander. Mehr als 3000 Fr. brutto pro Monat lagen im Jahr 2000 zwischen den Hoch- und Tieflohnbranchen, wie die Lohnstrukturerhebung des Bundesamtes für Statistik (BFS) zeigt. Deutlich über dem schweizerischen Durchschnitt von 5220 Franken lagen die Banken (7190 Franken), die chemische Industrie (6842), die Versicherungen (6504) und die Maschinenindu-

stri (5750). In der Mehrheit der Branchen bewegte sich der monatliche Bruttolohn zwischen 4500 und 5500 Franken, so im Baugewerbe (5108) und im Gesundheitswesen (5076). Deutlich unter dem Schnitt waren die Löhne unter anderem im Detailhandel (4009) und im Gastgewerbe (3519). Betrachtet man den Bruttolohn mit Blick auf das Anforderungsniveau, fallen ebenfalls grosse Differenzen zwischen den Branchen auf. So

belie sich der Durchschnittslohn für Posten mit hohem Anforderungsniveau im Bankensektor auf 10 042 Franken, im Gastgewerbe dagegen nur auf 4892 Franken. Schlechter bezahlt werden auch die meisten Ausländer. Die Grenzgänger (tiefste Anforderungsebene) erhielten 10 Prozent weniger Lohn als ihre Schweizer Kollegen. Der Lohn von Jahresaufenthaltern lag um 15 Prozent unter jenem der Schweizer. *sda/CM*

Fleischimport wird gestoppt

Fleischmarkt. Coop und Migros verzichteten in den nächsten Monaten weitgehend auf Fleischimporte. Bis Februar wollen sie zudem mit weiteren Aktionen den Fleischkonsum ankurbeln. Die Bauern ihrerseits wollen das Angebot reduzieren. Darauf einigten sich am Dienstag in Bern Vertreter des Bundes, der Kantone, der Grossverteil- und landwirtschaftlicher Organisationen. Unterer verzichtete auf eine Teilnahme an der Gesprächsrunde. *sda/DST*

**FALL SWISSAIR / Aufruf zur «Schadensbegrenzung»
Ökonomen warnen**

Zur «Schadensbegrenzung im Falle Swissair» ruft eine Gruppe von 17 Schweizer Ökonomen auf, das Swissair-Paket des Bundes in der Sondersession vom kommenden Wochenende «auf ein absolutes Minimum» zu reduzieren. Zudem sollen die Räte mit dem Bundesbeschluss festlegen, dass der Bund seinen Aktienanteil an der neuen nationalen Airline bis spätestens Ende 2005 ver-

kauft oder zumindest auf unter fünf Prozent senkt. Die Ökonomen bezeichnen das Swissair-Debakel als Resultat unzureichender Marktöffnung: «Die Swissair ist kein Opfer der Deregulierung, sondern von Fehlleistungen, die in geschützten Märkten immer wieder auftreten.» Aus diesem Grund dürfe der Fall Swissair nicht als Argument gegen weitere Liberalisierungsschritte angeführt werden. *SST*

WINTERKAMPAGNE / Mit der Fünf-Millionen-Franken-Kampagne in den Nahmärkten und in der Schweiz will Schweiz Tourismus die erwarteten Übersee-Einbussen von 30 Prozent ausgleichen. SONJA STALDER

Die Lust auf den Winter wecken

Als «heisses Stück in eisiger Umgebung» hatte Schweiz Tourismus (ST) die gestrige Pressekonferenz zur Lancierung der Winterkampagne in Zürich angekündigt. Ziel der «Lust-auf-Winter»-Kampagne sei es, die «Schweiz als schönste Winterdestination überhaupt» zu vermitteln, betonte ST-Direktor Jürg Schmid sodann inmitten künstlicher Eisskulpturen. Laut Pressetexten beruht die Inseratekampagne auf «atmosphärisch-mystischen Winterlandschaftsbildern», welche «paraverbale Geborgenheit vermitteln» sollen.

Bahnhöfen, auf Mailänder Bussen und in der Pariser Metro. ST will über diese Kanäle insgesamt 345 Millionen Kontakte auslösen.

Beteiligt an dieser Kampagne sind die Branchenpartner Berner Oberland, Graubünden, Waadtland/Genferseegebiet und Wallis sowie die Leitorganisationen SBB/Railway, Schweizer Hotelier-Verein, Gastro-Suisse, Seilbahnen Schweiz und der Verband öffentlicher Verkehr.

ST hatte sich kurzfristig zur Durchführung dieser Kampagne entschlossen, um die nach dem 11. September erwarteten Einbussen von 30 Prozent aus den Überseemärkten zu kompensieren. Die nationale Marketingorganisation begründet diesen Schritt damit, dass die Wintersaison von grosser strategischer Bedeutung für die Schweiz sei: «15,5 Millionen oder 44 Prozent der Übernachtungen fallen im Winter an. Die Wertschöpfung übersteigt 50 Prozent», heisst es in den Presseunterlagen.

345 MILLIONEN KONTAKTE AUSLÖSEN

Die Fünf-Millionen-Franken-Kampagne (siehe Kasten) konzentriert sich auf die Märkte Deutschland (33% der Mittel), Schweiz (28%), Holland, Frankreich und Italien (je 13%). Neben Inseraten in den Hauptmedien setzt ST auch auf Plakate in deutschen

Das Kampagnen-Budget

Am Kampagnen-Budget von fünf Millionen Franken beteiligen sich die Partner mit einer Million Franken. Laut Eva Brechtbühl, Mitglied der ST-Geschäftsleitung, liegt der offizielle Key-partner-Beitrag bei 100 000 Franken. Die vier Millionen, die ST übernimmt, können als Vorbezug der zur Verfügung stehenden Bundesgelder

für das Jahr 2002 verstanden werden. Während ST dieses Jahr 35 Millionen Franken aus Bundesmitteln erhalten hatte, werden es im nächsten Jahr 39 Millionen sein. «Wir setzen diesen Beitrag in der Hoffnung ein, dass uns im Bereich der Einnahmen noch einige Coups gelingen werden», sagt Eva Brechtbühl. *SST*



GEBORGENHEIT VERMITTELN

Mit «atmosphärisch-mystischen Winterlandschaftsbildern» soll die Inseratekampagne Geborgenheit vermitteln.

**SWISSAIR / Der «böse Traum» der Werber ist Realität
Hellsichtig**

«Eines Morgens gab es keine Swissair mehr»: Mit diesem «bösen Traum» warb die Agentur GKK für die Swissair. Das Inserat erschien vor 32 Jahren unter dem Übertitel «Manche Dinge, die wir für selbstverständlich nehmen, sind es in Wirklichkeit nicht». Die GKK-Werber entwarfen als Folge dieses «bösen Traums» ein Szenario, das Gänsehaut hervorruft. Es ist nachzulesen in der NZZ vom Dienstag und entspricht erschreckend genau der Realität. «Ohne Hunderte von Millionen an Steuergeldern war die neue Swissair nicht zu schaffen», stand da. «Als es dann endlich soweit war, war die Swissair zwar wieder eine Luftverkehrsgesellschaft, aber eine drittklassige. (...) Gewisse Chancen hat man eben nicht zweimal. Und man hätte nie aufhören dürfen, die Swissair als weltweite schweizerische Fluggesellschaft zu betreiben.» Am Schluss des Szenarios heisst es: «Die Geschichte, die wir Ihnen hier erzählt haben, ist keine wahre Geschichte. Schlimmstenfalls gerade noch eine mögliche Geschichte.» *CK*

BERNER HOTELLERIE / Mit einer Weiterbildungsoffensive soll ein Signal zum Aufbruch in eine bessere Zukunft der Hotellerie im Kanton Bern gegeben werden. TONI RÜTTI

Gezielte Weiterbildung der Hoteliers

Zusammen mit dem Amt für wirtschaftliche Entwicklung (KAWE) des Kantons Bern, Abteilung Tourismus, lanciert der Hotelier-Verein Berner Oberland (HVBO) eine Weiterbildungsoffensive, die von der Abteilung Weiterbildung des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) begleitet wird. Betriebs- und finanzwirtschaftliche Aspekte bilden die Schwerpunkte des Weiterbildungsangebots, wie anlässlich einer Präsentation in der höheren Gastronomie- und Hotelfachschule HGF in Thun erklärt wurde.

Angeboten werden an der HGF die jeweils zwei Nachmittage in Anspruch nehmenden Kursmodule «Der neue Businessplan für die Hotellerie», «Ertragsoptimierung durch Kostenmanagement» und «Wege aus der Verschuldung - konkrete Ansätze». Einen Nachmittag dauert das Zusatzangebot «Professionelles Feedback zum Businessplan». In Planung befindet sich ein Kursblock zum Thema «Yield- oder Revenue-Management». Durch ein pro-

fessionelles Kostenmanagement sowie die Ertragsoptimierung sollen die Hoteliers befähigt werden, ihre Verhandlungspositionen auf dem Kapitalmarkt zu stärken. Die Weiterbildungsoffensive wendet sich vorab an KMU-Betriebe.

ERSCHWERTE KAPITALBESCHAFFUNG

Wie HVBO-Präsident Casimir Platzer erklärte, haben die Erkenntnisse aus einer im Frühjahr 2000 durchgeführten Mitgliederbefragung den Ausschlag zur Lancierung der Weiterbildungsoffensive gegeben. «Der Investitionsbedarf in der Berner Oberländer Hotellerie - so Platzer - ist sehr hoch und das Fehlen von Eigenmitteln erschwert in vielen Fällen die Kapitalbeschaffung.» Die Finanzierungsprobleme der einzelnen Betriebe liessen sich nicht vom Verband lösen, sondern von den Mitgliedern selbst. Dass dem zum Teil erhebliche Bildungsdefizite

im Wege stehen, für die jeder Einzelne selber verantwortlich ist, legte Tourismusberater Beat Krippendorf dar. Er plädierte dafür, die Weiterbildung nicht erst dann an die Hand zu nehmen, wenn man sich in der Abschwuphphase eines Zyklus befinde, sondern bereits während des Aufschwungs.

«Mit Innovationen, Kooperationen und Weiterbildung zu mehr Ertragskraft und Servicequalität.» Auf diesen Nenner brachte Regierungsrätin Elisabeth Zölch, Volkswirtschaftsdirektorin des Kantons Bern, das von ihr Anfang 2001 in Kraft gesetzte tourismuspolitische Leitbild. Die Ertragschwäche und die fehlenden Eigenmittel zählten weiterhin zu den Hauptursachen, weshalb Hoteliers keine attraktiven Geschäftspartner für die Finanzinstitute seien, sagte sie. Es sei ihr klar, dass mit der Weiterbildungsoffensive allein die finanziellen Probleme in der Hotellerie nicht gelöst werden könnten, sagte Elisabeth Zölch. «Ich bin jedoch über-

zeugt, dass jegliche Hotelförderungs-massnahmen nichts bringen ohne ständige Weiterbildung.»

Internet: www.berneroberland-hotels.ch, E-Mail: info@thunersetourismus.ch

Reklame

Rosen
für die Gastronomie CH und FL exklusiv bei:
STERNEGG Sternegg AG
Silberwarenfabrik
8201 Schaffhausen
Tel. 052 625 12 91
Fax 052 624 80 94
info@sternegg.ch - www.sternegg.ch

JUBILÄUM / Das ehemalige Grandhotel Jungfraublick Interlaken wurde vor 20 Jahren in ein Ganzjahres-Schulhotel des Schweizer Hotelier-Vereins umfunktioniert. Inzwischen besuchten dort über 6300 Auszubildende den Berufsschulunterricht. **CHRISTINE KÜNZLER**

Die Jungen lernen hier auch fürs Leben

Die Aussicht, die man aus den Zimmern des «Regina» geniesst, ist betörend. Das fanden wohl auch die Kaiserinnen und andere noble Gäste, die im 19. Jahrhundert in diesem Grandhotel in Matten bei Interlaken abgestiegen waren. Damals hiess es noch «Jungfraublick». Somit ist auch klar, was die Gäste dort Faszinierendes zu sehen bekommen. Die jetzigen Gäste, die in diesem Haus logieren, haben kaum Zeit, die Aussicht zu geniessen – sie sind nämlich da, um hart zu arbeiten: Es sind über 6300 Servicefachmitarbeiterinnen und Kellner, Hotel- und Gastronomiefachassistentinnen und -Assistenten, die in den letzten 20 Jahren hier in Berufskunde unterrichtet wurden. Eine eigenständige Berufsschule allerdings wurde das Schulhotel des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) erst im Jahr 1985. In den ersten vier Jahren unterstand das «Regina» dem Berufsschulzentrum Interlaken. Das «Regina» ist eines von sieben Schulhotels des SHV.

Fotos: Christine Künzler



ELSBETH UND MARCEL BURRI

Einer der Gründerväter und seine Gattin sind stolz, dass es vor 20 Jahren gelungen ist, das «Regina» zu erwerben und aus ihm «das führende Schulhotel» zu machen.

JUGENDLICHE SIND KRITISCHER

«Die Jugendlichen sind im Laufe der Zeit kritischer geworden – sie hinterfragen alles», blickt Rektor Peter Rieder an der «Regina»-Geburtstagsfeier zurück. «Der Betreuungsaufwand ist leicht höher geworden.» Die heutigen Jugendlichen seien nicht schlechter und auch nicht braver als ihre 20 Jahre älteren Kolleginnen und Kollegen. «Aber die Probleme sind komplexer geworden», erklärt Rieder. «Es geht uns darum, die Persönlichkeitsentwicklung dieser jungen Menschen zu fördern.» Da die Lehrlinge 20 bis 30 Wochen im «Regina» leben, sei es möglich, einen echten pädagogischen Auftrag wahrzunehmen. Die Jugendlichen lernen hier also auch fürs Leben und nicht nur für ihren Beruf.

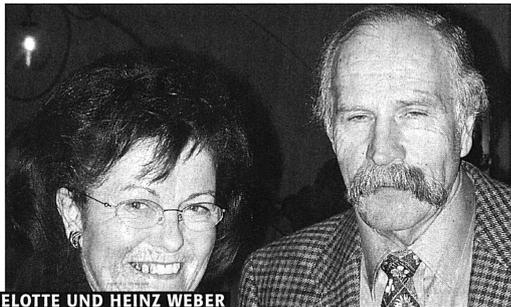
Peter Rieder, der mit der bestehenden Mannschaft das Schulhotel gerne zu einem weiteren runden Geburtstag führen würde, plädiert dafür, die «Schulhotel-Idee besser zu verkaufen. Wir müssten mehr Öffentlichkeitsarbeit betreiben und das ganzheitliche Element der Schule herausstreichen.» Früher seien oft Tage der offenen Tür und Lehrlingsapéros durchgeführt worden. «Die könnten wir doch wieder aufnehmen», denkt er laut.

POSITIVE ERINNERUNGEN AN FRÜHER

An der Geburtstagsfeier des 20-jährigen «Regina» treffen sich auch ehemalige und aktuelle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Da gibt es natürlich viel zu erzählen. Fast nur Positives. «Es war eine ausserordentlich schöne Zeit, uns war es nie langweilig», blicken Liselotte und Heinz Weber auf ihre Tätigkeit als Internatsleiter zurück. Sie arbeiteten zwischen 1981 und 1989 im Schulhotel. «Damals waren es nur Mädchen», erzählen Webers. «Die mussten um 22 Uhr ins Bett.» Es sei eine Art «Rekrutenschule für Mädchen» gewesen.

Marcel Burri, der Gründervater des «Regina», ist heute «immer noch stolz, dass es uns seinerzeit gelungen ist, das Hotel trotz grosser Schwierigkeiten zu erwerben und zu einem Schulhotel umzubauen». Massgeblich an diesem Erfolg mitbeteiligt waren der Bund, der Kanton und die Gemeinden, die mit viel Goodwill und Unterstützung dem Kind zur Welt geholfen hatten, wie SHV-Direktor Christoph Juen in seiner Geburtstagsrede betont.

Wenig um Geschichtliches, dafür umso mehr um die Gegenwart kümmernten sich die Gastronomiefachassistentinnen im zweiten Lehrjahr, die ihren Aufenthalt im Schulhotel eigens wegen der Geburtstagsfeier verlängert haben. Sie zeigen den Gästen gleich live, was sie im Lehrbetrieb und im Schulhotel gelernt haben. Und sie machen ihre Sache gut.



LISELOTTE UND HEINZ WEBER

Das erste Internatsleiter-Ehepaar hatte «eine der schönsten Aufgaben» im «Regina».



GÄSTE UNTER SICH

Beat Wirth (links), Präsident der Liegenschafts- und Wirtschaftskommission «Regina», bespricht mit Erich Reuteler, Präsident der SHV-Sektion Interlaken, Branchennews.



EIN FESTESSEN FÜR DIE GÄSTE

Die Gastronomiefachassistentinnen sorgten mit Küchenchef Peter Engelhardt für das leibliche Wohl.



SICHTLICH GUT GELAUNT

«Wir lieben diese einzigartige Institution.»; Christoph Juen, der SHV-Direktor, und Robert Imfanger, Mitglied der Verbandsleitung und Präsident Berufsbildungskommission SHV, freuen sich über das 20-jährige «Regina».



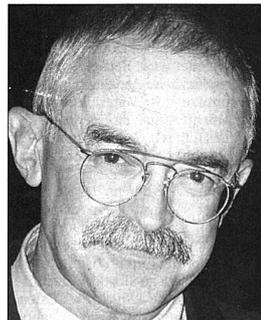
GAFÄ DIANA DIETRICH

«Der Unterricht im «Regina» ist gut – wir haben hier die Möglichkeit, praktisch zu üben.» Sie bedient Marga Hohermuth, eine ehemalige Internatsleiterin.



«DAS FLAGGSCHIFF DER SCHULHOTELS»

Armin Abt, Direktionsmitglied SHV, diskutiert mit Hanni Jost, Internatsleiterin Schulhotel Adelboden, über das «Flaggschiff Regina» in Interlaken: «Hier testen wir qualitative Standards, die wir dann auf unsere anderen Schulhotels übertragen.»



Heinrich Summermatter, Bundesamt für Berufsbildung und Technologie: «Die Zusammenarbeit mit dem SHV ist super.»



«Regina»-Rektor Peter Rieder freut sich über das Geburtstagsgeschenk des SHV: 52-mal gibt es einen Blumenstraus für den Eingangsbereich.

NEUE SEILBAHNSTUDIE / In Österreich erwirtschaftet man im Gegensatz zur Schweiz höhere Verkehrserträge, investiert in neue Seilbahnanlagen, setzt auf Fremdkapital und steigert die Einnahmen auch im Sommer. **UELI HANDSCHIN**

Grösse ist keine Wachstumsgarantie

Im Vergleich zu Österreich seien in der Schweiz die mittleren und kleineren Seilbahnunternehmen zahlreicher, hält die soeben erschienene Studie «Seilbahnen wohin?» der Firma Grischconsulta fest. Zwar seien deren Erträge pro Gast höher als bei unseren Nachbarn im Osten. Unter dem Strich bleibt den Schweizer Bergbahnen aber offenbar weniger. Wird der Cash-flow zum Massstab genommen, stehen gemäss der Studie die österreichischen Unternehmen besser da. Was sich auch darin zeige, dass man in Österreich stärker als in der Schweiz in neue Anlagen investiere. Bei uns würden demgegenüber vor allem alte Anlagen ersetzt und Beschneigungsanlagen erstellt.

Neben diesem Thema wurde der Fokus der Studie auf drei weitere Themen gelegt. So waren «der Fünfjahresvergleich», «der Sommerbetrieb» und «der Vergleich der grossen Unternehmen» ebenfalls Gegenstand der vergleichenden Untersuchungen zwischen der Schweiz und Österreich.

INVESTIEREN IST DAS EINE, FINANZIEREN DAS ANDERE

Die Schweizer Unternehmen setzen der Studie zufolge auf selbst erarbeitete Mittel, die Österreicher stärker auf Fremdkapital und Aktienkapitalerhöhungen.

Untersucht wurden die Angaben und Kennzahlen aus den Geschäftsberichten von 55 Unternehmen aus der Schweiz, von 26 aus Österreich und deren vier aus Deutschland, die im Winter 1999/00 und im Sommer 2000 einen Umsatz von 721 Millionen Franken erwirtschafteten. Grundsätzlich wird festgehalten: «Bei der Finanzierung der Investitionen wird es eng.» Zudem wurde festgestellt, dass in der Schweiz die Standortgemeinden offenbar enger mit den Bergbahnen verbunden sind als in Österreich. Ihre Beteiligungen am Aktienkapital sind höher. Aus Gründen der Rentabilität seien in der Branche Strukturveränderungen angezeigt, die von Kooperationen bis hin zu Fusionen reichen könnten, heisst es in der Studie weiter.

Bei den Verkehrserträgen stehen die Schweizer Seilbahnen im Vergleich zu den österreichischen als Verliererinnen da: Gegenüber 1994/95 haben lediglich 60 Prozent der Unternehmen diese gesteigert, ein Drittel hat Rückgänge hinnehmen müssen. Im Nachbarland liegen diese Quoten bei 81 beziehungsweise 4 Prozent. Während die Österreicher auch im Sommer die Einnahmen mehrheitlich gesteigert haben, halten sich bei den Schweizer Bahnen die Zu- und die Abnahmen die Waage.

GEFÜHL ENTSCHIEDET ÜBER SOMMERBETRIEB

Im Übrigen ist Grösse allein offenbar kein Massstab für das Wachstum: Laut der Studie sind die Unternehmen mit Umsatzsteigerungen von über 35 Prozent in der Mehrheit mittlerer Grösse. Als «pikant» wird die Tatsache bezeichnet, dass bei den Umsatzverlierern die öffentliche Hand mit Finanzbeihilfen des öfteren Pate gestanden ist. Die Studie zeigt auch einmal mehr auf, dass das Sommergeschäft für die Bergbahnen sowohl in der Schweiz als auch in Österreich ertragsmässig weit hinter dem Wintergeschäft zurückbleibt.

Dennoch sind Bahnen und Restaurants von drei Vierteln aller befragter Unternehmen auch im Sommer in Betrieb. Der Entscheid zwischen Öffnen und Schliessen werde oft gefühlsmässig gefällt, ohne diesen wirtschaftlich begründen zu können. Zwar haben zwei Drittel der Unternehmen angegeben, der Sommerbetrieb sei kostendeckend oder werfe Gewinne ab. Stark relativiert werden diese Einschätzungen allerdings vom Umstand, dass nicht einmal jedes fünfte Unterneh-

men den Sommerbetrieb auch separat ausweist.

WANDERN BLEIBT IN, TRENDSPORT IST OUT

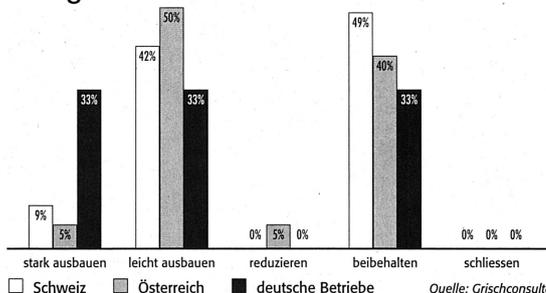
«Die Sommergäste erweisen sich als ein Volk von Wanderern», stellen die Ökonomen weiter fest: «Trendsportarten zeigen keinen Durchbruch.» Den Bergbahnen komme dies entgegen, indem die Natur liefere, was der Gast wünsche. Deshalb könnten sich die Unternehmen kostspielige Investitionen sparen. Die Bahnen setzten bei den Sommerangeboten denn auch vor allem auf Sport, Kultur und Animation am Berg. Ein Ausstieg aus dem Sommergeschäft stehe nicht zur Diskussi-

on, aber auch dessen Ausbau werde nur selten ins Auge gefasst.

Ob die Bergbahnen im Sommer genauso wie im Winter als Motor des Tourismus gelten können, ist der Studie zufolge nicht ausgemacht. Die Frage soll deshalb am 13. Tourismusforum der Alpenregionen, das vom 4. bis 6. März nächsten Jahres in Davos stattfindet, ausdiskutiert werden. Thematisiert wird dann zum auch «Sinn und Unsinn öffentlicher Gelder für Unternehmen im Wettbewerb».

Die Studie «Seilbahnen wohin?» kann zum Preis von Fr. 65.– (ab 1. Januar 2002 Fr. 79.–) bei der Grischconsulta AG, Masanserstrasse 82, 7000 Chur, Telefon 081 354 99 00, Fax 081 354 98 01, oder per E-Mail info@grischconsulta.ch bezogen werden.

Was geschieht mit dem Sommerbetrieb?



Anzeige

4 von 400 oder von 4000?



www.vw-nutzfahrzeuge.ch

• Ehrlich gesagt, wir wissen auch nicht, wieviel verschiedene Möglichkeiten Ihnen VW bietet, Ihre Wirtschaftlichkeit und Produktivität beim Waren- und Personentransport zu erhöhen. Die schier grenzenlose Auswahl an Ladekonzepten, Aufbauten, Ausstattungen, Motoren, Radständen, etc. lässt mindestens so viele Kombinationen zu, wie es qualitätsbewusste Unternehmer gibt. Und davon gibt es in der Schweiz immer mehr, wie die

15% Wachstum der VW Nutzfahrzeuge im letzten Jahr dokumentieren. Sie alle wissen zu schätzen, dass der VW Caddy, der VW Transporter und der VW LT bei allen Unterschieden vor allem eines sind: echte VW mit konkurrenzloser Zuverlässigkeit, Robustheit und Rentabilität. Danke für das zigtausendfache Vertrauen! VW Nutzfahrzeuge bereits ab Fr. 16 920.–.



VW Nutzfahrzeuge und Busse sind Kilometer um Kilometer rentabler.



Foto: ExPress



VIER ANSTATT FÜNF TAGE ARBEITEN

Deutschlands Hotellerie prüft vorerst in aller Stille die Einführung von Kurzarbeit. Damit soll ein Teil der Umsatzeinbußen nach dem 11. September wettgemacht werden.

BUCHUNGSRÜCKGÄNGE / An den Einbußen im Tourismus sei nicht nur der 11. September schuld, sagen Analytiker. Tatsache ist, dass Hoteliers und Reiseveranstalter mit Massenstornierungen, Kurzarbeit und Entlassungen kämpfen. **MARIA PÜTZ-WILLEMS**

Wer kurzarbeitet, spricht nicht darüber

In einer ersten Blitzumfrage, neun Tage nach den Attentaten veröffentlicht, hatte der Hotelverband Deutschland (IHA) den wirtschaftlichen Schaden für die deutsche Hotellerie bereits auf rund 37 Millionen Franken beziffert. Mitte Oktober präzisierten sich erste Zahlen: In den grossen Städten war die durchschnittliche Zimmerauslastung im September um 10,7 Prozent gesunken. Die höchsten Einbußen verzeichneten Flughafenhotels mit 12,9 Prozent, während kleinere Städte und die Regionen am geringsten, mit sechs bis acht Prozent Rückgang, betroffen gewesen seien.

REISEBÜRO-VERBAND IST OPTIMISTISCH

Klaus Laepple, Präsident des Deutschen Reisebüro-Verbands (DRV), bezifferte Ende Oktober die Ausfälle in der deutschen Tourismusbranche auf einen «dreistelligen Euro-Millionen-Betrag». Im Vorfeld seiner Jahrestagung hatte der DRV durch mehrere Umfragen die aktuelle Lage zu analysieren versucht. So sehen 68 Prozent der Reisebüros ihre eigene wirtschaftliche Situation durch die Terroranschläge bedroht; die Gefährdung durch Internet und Reiseverkaufsförderung ist erst an zweiter Stelle und mit 21 Prozent weit abgeschlagen genannt.

Der DRV sieht trotzdem Anlass zu realistischem Optimismus: Im Gegensatz zum Golfkrieg werde das touristische Geschäftsjahr 00/01 branchenweit mit einem deutlichen Plus zu Ende gehen. Das «Gros der touristischen Ernte» sei bereits vor dem 11. September eingefahren gewesen und die Urlaubslust ungebrochen.

Das bestätigt auch Reiseriese TUI: Eigene Marktbefragungen zum Reiseverhalten haben laut Robin Zimmermann, Sprecher für TUI Deutschland, ergeben, dass über 90 Prozent der Menschen an ihren Reiseplänen für 2002 festhalten. Kurz nach den Anschlägen war zeitweise jede zweite USA-Buchung storniert worden und auch die Zahl der Neubuchungen für die Wintersaison in den USA liege ebenfalls deutlich unter dem Vorjahr. Unter den anderen Zielgebieten waren vor allem die islamischen Länder in Nordafrika betroffen. Aktuell liegen die deutschen Veranstaltermarken der TUI (Airtours, Wolters, Ltur, 1-2-Fly und das bisherige Produkt «Schöne Ferien») prozentual einstellig unter den Vorjahreswerten. Täglich und wöchentlich gehen allerdings wieder immer mehr Buchungen für alle Zielgebiete ein, so dass sich das aktuelle Buchungsmalus bald wieder in ein Plus verwandeln wird, ist der Veranstalter

überzeugt. Ob der ohnehin kontinuierlich boomende Deutschland-Urlaub von der US-Krise nochmals profitieren, vermag die TUI nach so wenigen Wochen nicht abzuschätzen.

DI E TOURISTIKERSZENE IST GESPALTEN

Die TUI jedenfalls bleibt positiv gestimmt und verweist auf die bis Ende Oktober gelaufene Sommersaison, die wie geplant sieben Prozent Mehrumsatz gebracht habe. Kapazitätsabbau, Gehaltskürzungen und Personalabbau seien absolut «kein Thema». Konkurrent Thomas Cook vertritt den Gegenpol und ist nach vorne geprescht: Die öffentliche Grossoffensive zur Ergebnisicherung basiert auf der Erkenntnis, dass die Neubuchungen für die Wintersaison zwölf Prozent unter dem Vorjahr liegen. «Eine Normalisierung der Situation ist aktuell nicht erkennbar», sagte Stefan Pichler, Vorsitzender des Vorstands, pessimistisch. Geplante Investitionen werden deshalb um die Hälfte gekürzt, etwa hundert nachhaltig unrentable Reisebüros in ganz Europa geschlossen sowie Aufwendungen für Marketing, Datenverarbeitung und andere zentrale Funktionen verringert. Darüber hinaus sollen 13 Prozent des Personals eingespart werden; Möglichkeiten zu Kurzarbeit werden generell überprüft oder vollzogen.

Pichlers Vorgehen spaltet die deutsche Touristikszene, vor allem weil Konkurrent TUI bzw. die Mutter Preussag hart auf Gegenkurs bleiben. Preussag-Vorstand Michael Frenzel kritisierte vor wenigen Tagen: «Ich halte es für grundsätzlich falsch, Verbraucher zu verunsichern, indem man strukturelle Probleme in Zusammenhang mit Marktereignissen bringt.» Edliche Touristiker mutmassen, dass Thomas Cook durch seine Sparmassnahmen lediglich die britische Tochter schneller eingliedern wolle.

ERSTMALS KURZARBEIT IN DER HOTELLERIE

Die Stimmung in der Hotellerie ist weniger polarisiert, eher extrem schwankend. Und vor allem zögern sowohl Privat- wie Kettenhotelliers, exakte Zahlen preiszugeben. Der Durchschnittswert rückläufiger Buchungen (zehn Prozent), den der IHA Hotelverband ermittelt hatte, bedeutete in Einzelfällen – bei Häusern mit einem besonders hohen Anteil amerikanischer Gäste – nämlich konkrete Einbußen von 40 Prozent oder mehr.

Erstmals ist auch die deutsche Hotellerie mit dem Thema Kurzarbeit konfrontiert: Als erstes Grosshotel reduzierte das Inter-Continental Frank-

furt die Arbeitszeit für alle Mitarbeiter auf vier Tage, ausser für die Verkaufsabteilung. Diese muss nun «powern».

Die Kurzarbeit wird nach den Aussagen der Hotellsprecherin vermutlich auch bis ins Frühjahr hinein anhalten. Der Umsatz des Hotels ist nach den Anschlägen um zehn bis 15 Prozent zurückgegangen. Inzwischen prüfen auch andere Hotelgesellschaften – im Stillen – Kurzarbeit; aussprechen möchte das niemand offiziell. Die meisten haben ohnehin einen Einstellungsstopp verfügt sowie jegliche Weiterbildung vorläufig gestrichen.

Die US-Anschläge ereigneten sich während der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt, danach folgte die Internationale Buchmesse. Beides Termine, an denen die Stadthotels normalerweise überquellten. «Reichte der Messe-Overflow früher bis nach Darmstadt, reicht er jetzt ge-

rade noch bis zu uns ins Flughafenhotel», verbildlicht Catherine Ludwig die Auswirkungen. Das ebenfalls anfangs stark angegriffene Bankettgeschäft – erst im letzten Jahr hatte das «Airport Sheraton» seine Tagungskapazitäten von 40 auf 56 Räume erhöht – erholte sich relativ schnell, da das Bankett-Team kleinere Veranstalter lockte und sich äusserst kreativ und flexibel, z. B. bei der Dekoration von kleineren Räumen, gab.

BUS- UND INLAND-TOURISMUS ERSCHLIESSEN

Auswege aus der Krise gehen die Verbände auf verschiedene Weisen an: Der DRV beispielsweise hat das Bundeswirtschaftsministerium gebeten zu prüfen, inwieweit unverschuldet in Not geratenen Unternehmen mit einem zinslosen Darlehen oder verlorenen Zuschüssen geholfen werden kann. Markus Luthé, stellvertretender Ge-

schaftsführer beim Hotelverband (IHA), sieht in solchen Forderungen eher Verbandsaktivismus und lehnt jede Pauschalforderung für seine Branche ab. Er glaubt den Wirtschaftsexperten, die fürs zweite Halbjahr 2002 wieder bessere Zahlen in Aussicht stellen.

DRV-Präsident Klaus Läßle appelliert eindringlich an die Reisebüros, aus der Not eine Tugend zu machen und neue Ideen bei den «erdgebundenen» Programmen sowie den Deutschlandprogramm zu entwickeln. Vor allem im Bus- und Inlandtourismus gäbe es noch grosse Potenziale zu erschliessen. Diesem Aufruf zu mehr Kreativität und der Förderung des Deutschland-Urlaubs kann sich Erich Kaub, amtierender Präsident des Bundes Deutscher Tourismuswirtschaft, nur anschliessen mit dem Zusatz, «sonst werden uns unsere österreichischen, schweizerischen, französischen und spanischen Freunde überholen».

Was die Hotels eingebüsst haben:

Arabella Sheraton Hotels: Umsatzrückgang im deutschsprachigen Raum von rund acht Prozent. Grössere Veranstaltungen mit Incentive-Charakter wurden eher storniert, klassische Business-Tagungen in der Regel durchgeführt. Seit geraumer Zeit höhere Preissensibilität bei Geschäfts- und Firmenreisen. Konferenzveranstalter stornieren «vorsichtshalber» Termine für 2003, damit sie keine Deposits hinterlegen müssen. Zur Schweiz: Durchschnittlich etwa acht Prozent Rückgänge in den Stadthotels; die drei Ferienhotels in Davos haben den gleichen Vorbuchungsstand für die Wintersaison wie im Vorjahr. Als Grund für die Schweizer Entwicklung nennt die Ge-

schaftsführung eher die schwierige Swissair-Situation als die US-Anschläge.

Lindner Hotels: Kurzfristige kräftige Einbußen in den Geschäftshotels. Vor allem Amerikaner sagten Aufenthalte und Veranstaltungen ab. Insgesamt aber keine dramatischen Rückgänge, da die Lindner-Klientel sehr national ist. Rückläufe im Veranstaltungsegment gab es schon vor dem 11. September. Verstärkte Nachfrage und Belegung bei den Ferienhotels. Zur Schweiz: Keine Veränderungen.

Marriott Hotels: Stornierungen im deutschsprachigen Raum zwischen fünf und zehn Prozent. Einige Incentive-Veranstalter und Meeting Planer verlegten

ihre Veranstaltungen von USA nach Europa. Nachfrage und Buchungen erfolgen inzwischen noch kurzfristiger als bisher. Zur Schweiz: Swissair-Situation bereitet weiter Sorgen.

Mövenpick Hotels: Die Mövenpick-Gruppe verlor Ende September zwei Prozent weniger Umsatz als im Vorjahr. Swissair-Krise, US-Terror und Nahost-Krise werden das Geschäft im vierten Quartal insgesamt weiter abschwächen. Alle Mövenpick-Airporthotels registrierten die meisten Stornierungen, besonders von Amerikanern. In Deutschland nahm man nur punktuell kleine Einbußen hin, die Klientel ist überwiegend national oder europäisch. **MAR**

Was Unternehmensberater für die Hotellerie-Zukunft erwarten:

Travel Trade & Services Consulting, Frankfurt: Nach Beobachtungen der Beratungsgesellschaft herrscht in der deutschen Hotellerie eine abwartende Einstellung. Investitionen und Neueinstellungen werden stand by gehalten, die Preise korrigiert. Das führe zu einem Preiskampf. Raten in den Reservierungssystemen wurden für einige bestimmte Tage schon bis zu 70 Prozent reduziert, sagt TT&S-Gründer Andrej Schulz-Succo.

Treugast, München: Die Münchner erwarten eine nachhaltige Erholung frühestens ab Herbst 2002. Die ebenfalls von den USA ausgehende Wirtschaftsabkühlung sei schon vor

den September-Ereignissen spürbar gewesen. Die betriebswirtschaftliche Gesamtsituation der Hotellerie sei nach zwei Boomjahren deutlich schlechter. Eine Stagnation auf dem Niveau 2000 wäre bereits unerwartet positiv. Geschäftsführer Stephan Gerhard prophezeit aufgrund der US-Anschläge eine starke Verlangsamung bis teilweise Stagnation in Städten mit einem hohen Anteil an ausländischen bzw. ausser-europäischen Gästen. Neben den Auswirkungen der US-Anschläge werden auch schlechtere konjunkturelle Rahmenbedingungen zu einem nochmaligen Anstieg der Insolvenzen um fünf bis zehn Prozent führen.

PKF hotel experts, München: Die Hotellerieexperten der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft bezeichnen die bis September zu verzeichnenden Zuwächse in der Hotellerie nicht als einen Boom, sondern lediglich als ein «Aufholen aus der Krise» seit 1991/92. Manager Michael Widmann setzt deshalb nicht auf Jammern, sondern auf konstruktives Krisenmanagement: Die Hoteliers sollten andere, vor allem die lokalen Märkte bearbeiten. Kreativität sei gefragt, vom Mini-Urlaub oder Wellness-Wochenende bis zum aufgestockten Videokonferenzangebot, über die Akquise kleinerer Seminare bis zur Langzeitvermietung eines Hotels oder Hotellügels. **MAR**

TOURISMUS-PROGNOSE / Die BAK Konjunkturforschung Basel AG hat gemeinsam mit dem seco ihre neue Prognose für die Branche publiziert. Aufmerksam wird die geografische Verlagerung des Geschäfts auf andere Märkte verfolgt. **KARL JOSEF VERDING**

«Mittelfristig ist Optimismus angesagt»

Der Schweizer Tourismus steht vor grossen Herausforderungen, heisst es in der neuen Prognose: Im Zuge des globalen konjunkturellen Abschwungs und der Folgen der Attentate vom 11. September erwartet die BAK Konjunkturforschung Basel AG für die Wintersaison 2001/02 einen Rückgang der Hotelübernachtungen gegenüber dem Vorjahr um 5,5 Prozent. Dank stimulierender Effekte der Expo.02 dürfte im Sommer 2002 ein moderates Logiernächteplus resultieren, womit sich gemäss BAK für das ganze Tourismusjahr der Rückgang der Hotelübernachtungen auf 1,6 Prozent belaufen dürfte.

Der Schweizer Tourismus bekommt zurzeit die schwierigen weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie die Auswirkungen des 11. Septembers schmerzhaft zu spüren. Trotz vorübergehenden Einbussen vor allem im Überseegebiet ist für die mittelfristigen Perspektiven ab 2003 Optimismus angebracht, heisst es in der Prognose. Die Weltwirtschaft werde im Verlauf des kommenden Jahres wieder an Dynamik zulegen und die internationale preisliche Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Tourismusdestinationen sei intakt. Für die Tourismusjahre 2003 und 2004 sind gemäss der Prognose jährliche Wachstumsraten der Hotelübernachtungen von 0,7 bzw. 1,2 Prozent zu erwarten. Die reale Wertschöpfung im Gastgewerbe dürfte im kommenden Jahr um 1,1 Prozent und in den Jahren 2003 und 2004 um 1,0 bzw. 1,5 Prozent zunehmen.

SCHWEIZER TREND ZU FERIEEN IM EIGENEN LAND

Im Überseegebiet ist mit Einbussen von etwa einem Drittel gegenüber

Foto: SwissImage



LICHT ÜBER DEM WAHRZEICHEN

Bis zum Sommer 2002 soll sich die Nachfrage im Schweizer Tourismus allmählich stabilisieren. Gleichwohl wird von der BAK für das ganze Tourismusjahr 2002 ein Rückgang der Übernachtungszahlen von knapp zwei Prozent prognostiziert.

dem Vorjahr zu rechnen. Bei den Gästen aus Europa, auf die im Wintergeschäft rund vier Fünftel aller ausländischen Übernachtungen entfallen, sieht die Situation weniger gravierend aus. Teilweise könnte die Schweiz sogar vom verstärkten Trend zu Reisen bzw. Ferien in der Nähe profitieren. Allerdings wirken sich die konjunkturellen Schwierigkeiten, in denen nicht nur die USA und Japan, sondern auch europäische Länder stecken, hemmend aus. Insgesamt dürfte die Nachfrage aus dem Ausland im kommenden Winterhalbjahr um 8,5

Prozent zurückgehen.

Bei den Schweizer Gästen ist für die kommende Wintersaison ein verhaltenes Optimismus angebracht, heisst es: «Obwohl die Schweizer Wirtschaft die widrigen ausserwirtschaftlichen Rahmenbedingungen deutlich zu spüren bekommt, präsentiert sie sich doch recht resistent und es ist kein Abgleiten in eine Rezession zu erwarten.» Zudem bevorzugen mehr Schweizer die Ferien im eigenen Land. Insgesamt werde sich aber im bevorstehenden Wintergeschäft eine Einbusse nicht verhin-

dern lassen. Die BAK Konjunkturforschung Basel AG rechnet dementsprechend mit einem Logiernächterückgang von gut einem Prozent gegenüber dem Vorjahr.

SOMMER 2002 SIEHT STABILISIERUNG

Für die Sommersaison 2002 ist gemäss der Prognose eine allmähliche Stabilisierung der Nachfrage im Schweizer Tourismus zu erwarten. Die negativen Effekte des 11. September

auf die US-Wirtschaft werden sich ebenen und die US-Konjunktur sollte im Jahresverlauf wieder an Schwung gewinnen. Dasselbe gilt auch für Europa und die Schweiz. Anhaltend grosse Probleme erwartet die BAK-Prognose für die japanische Volkswirtschaft, die im kommenden Jahr stagnieren werde. Recht günstig dürften sich die Wechselkursverhältnisse des Schweizer Frankens entwickeln. «Zwar erwarten wir gegenüber dem US-Dollar eine moderate Aufwertung des Schweizer Frankens. Gegenüber dem Euro dürfte der Schweizer Franken aber im kommenden Jahr an Wert verlieren. Im Jahresdurchschnitt 2002 sollte sich das Austauschverhältnis bei Fr. 1.54 pro Euro bewegen und damit deutlich über der für den Schweizer Tourismus als kritisch zu erachtenden Grenze von Fr. 1.50 pro Euro liegen.»

Für eine willkommene Zusatznachfrage wird in der kommenden Sommersaison die Expo.02 sorgen. Die Schweizerische Landesausstellung dürfte eine Nachfrage von etwa 360 000 Hotelübernachtungen, verteilt auf den Zeitraum Mai bis Oktober 2002, auslösen, wovon gut zwei Drittel auf ausländische Gäste entfallen wird. Die durch die Expo.02 vor allem im Espace Mittelland generierte Zusatznachfrage entspricht rund einem Prozent der jährlichen Übernachtungszahlen in den Schweizer Hotels. Dank dieser Zusatznachfrage dürfte in der kommenden Sommersaison ein Logiernächteplus von 1,6 Prozent resultieren. Für das ganze Tourismusjahr 2002 ergibt sich ein erwarteter Rückgang der Übernachtungszahlen von etwas unter zwei Prozent.

Mehr über die konjunkturelle Perspektive auf Seite 15

RICHARD KÄMPF / Der Tourismus-Experte der BAK gibt eine optimistische Voraussage. Zum Beispiel sei der Expo.02-Zeitraum günstig, da Ferien in der Nähe eines Nachbarlandes gerade im nächsten Jahr auch für Ausländer gefragt sind. **INTERVIEW: PETER HÄBERLIN**

«Dem Frequenz-Einbruch folgt Erholung»

Die BAK-Prognosen für den Tourismus in der Schweiz sind mit einer Einbusse von «nur» 1,6 Prozent für das Tourismusjahr 2002 halbwegs optimistisch gehalten. Die Vorausschau geht von einer relativ stabilen weltpolitischen Lage aus. Welche Anhaltspunkte haben Sie dafür?

Wir möchten ausdrücklich nicht mit einem eigentlichen Krisenszenario arbeiten und rechnen fest damit, dass bereits in diesem Winter eine Verlagerung der Reiseströme eintritt. Europäer werden vermehrt in Nachbarländer reisen und dort die amerikanischen und asiatischen Gästefälle bis zu einem gewissen Grad kompensieren. Schliesslich macht sich ab September 2002 der Basiseffekt bemerkbar, da die vergangenen schlechten Monate September und Oktober bereits in das eben abgelaufene Tourismusjahr fallen.

Das BAK-Modell

Die BAK Konjunkturforschung Basel AG untersucht die Einflüsse auf die Indikatoren Logiernächte, touristische Wertschöpfungen und Tourismusexporte. Einflussfaktoren sind Konjunktur- und Wechselkursentwicklung sowie die Qualität der touristischen Leistung.

Aus diesen Elementen wurde ein Modell mit vier Gleichungen erstellt, die Auskunft geben über

- die Entwicklung der Logiernächte der Ausländer
- die Entwicklung der Logiernächte der Inländer
- reale Wertschöpfung im Gastgewerbe
- nominelle Tourismusexporte PH

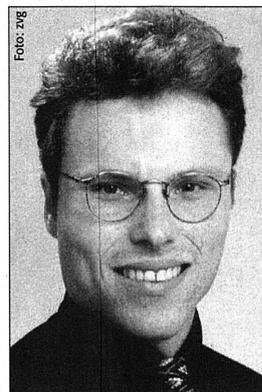
Zwar liegt die Konsumentenstimmung nach wie vor auf hohem Niveau, und die Arbeitslosenzahlen sind noch immer tief. Sind Sie trotzdem der Ansicht, dass nächstes Jahr mit einem Zuwachs an Übernachtungen aus der Schweiz gerechnet werden darf?

«Bereits in diesem Winter verlagern sich die Reiseströme.»

Der Detailhandelsumsatz ist relativ stabil, was sich beispielsweise an der optimistischen Einschätzung des anlaufenden Weihnachtsgeschäfts durch die Ladenbesitzer zeigt, und zahlreiche Arbeitnehmer erhalten auf das neue Jahr hin Reallohnerrhöhungen. Die Arbeitslosigkeit ist vermutlich vor allem ein Problem der Flughafenregionen.

Gemäss Ihrer Prognose wirkt sich die Swissair-Krise im kommenden Winter nur beschränkt aus, da Überseegebiete nun ohnehin weniger reisen. Hätte nicht eine intakte Schweizer Fluglinie dank ihrer Qualität Touristen aus fernen Märkten eher zu einer Reise in die Schweiz ermuntern können?

Wer jetzt fliegen will, kann es sehr günstig tun. Die Schweiz ist im Flugverkehr nach wie vor an die touristischen Herkunftsmärkte gut angebunden, wobei für uns vor allem der britische Markt sehr wichtig ist. Zugunsten



BAK-Experte Richard Kämpf.

der Swissair spielte früher das Sicherheitsmoment; jetzt aber sind viele Distributionskanäle zerstört, und die Aufbaubarkeit drängt.

Fast ein Viertel aller Expo.02-Besucher sollen Ausländer sein, die zwei Drittel der auf die Ausstellung entfallenden 360 000 Logiernächte generieren. Sind solche Prognosen angesichts der eher mageren Frequenzen an der Weltausstellung in Hannover realistisch?

Der Expo-Zeitpunkt ist günstig, da Ferien in der Nähe eines Nachbarlandes gerade nächstes Jahr auch für Ausländer gefragt sind. Schliesslich beschäftigt diese grosse Ausstellung auch sehr viele Mitarbeiter, die zum Teil

ebenfalls in Hotels wohnen, was die Frequenzen weiter erhöht.

Sie rechnen mit einer Erholung des Eurokurses auf 1,54 Franken. Ist diese Annahme aufgrund der bisherigen Entwicklung nicht allzu optimistisch?

Wir gehen von zumindest kurzfristig stärker wachsenden europäischen Märkten aus, die auch dem Euro Auftrieb geben, den wir zurzeit als unterbewertet ansehen. Ein längeres Verharren des Euro unter Fr. 1.50 könnte für uns aber problematisch werden.

«Arbeitslosigkeit ist vor allem ein Problem der Flughafenregionen.»

Die Prognose geht von einem happyen touristischen Frequenz-Einbruch aus, rechnet aber auch mit einer baldigen Erholung. Können Sie diese «V»-Entwicklung untermauern?

Ich erinnere nochmals an den Basis-Effekt, der für die Monate September und Oktober bereits mitspielt. Dazu kommt im Sommer der Expo-Effekt, den wir insgesamt mit Mehrfrequenzen von zwei Prozent einschätzen, und schliesslich darf nicht vergessen werden, dass bereits der Sommer 2001 von Mai bis August nicht zuletzt wegen der verhaltenen Wirtschaftsentwicklung in Deutschland ein Minus von fast vier Prozent brachte.

Die reale Wertschöpfung im Gastgewerbe nimmt in Ihrer Prognose während der nächsten drei Jahre konstant zu. Woher nehmen Sie diese Zuversicht?

Wir rechnen mit einer Steigerung der Konsumausgaben von 1,9 Prozent für 2002. Weil im Gastgewerbe nur die Hälfte der Wertschöpfung Tourismus-generiert ist, wird sich diese insgesamt trotz rückläufiger touristischer Nachfrage erhöhen.

Wie weit hielten Sie sich bei der Prognose-Erarbeitung an die BAK-Methodik und wie weit lassen Sie auch die Intuition einfließen?

Die Prognose ist stark modellgestützt, doch gibt es drei Sondereffekte, die quasi manuell eingebaut werden mussten, so die Expo, der Swissair-Effekt und die noch nicht vorhandenen Oktober-Zahlen, die zur Bildung des Schlussquartals des Tourismusjahres 2001 geschätzt werden mussten.

Zur Person

Richard Kämpf, geboren 1970, schloss ab als lic. rer. pol. Senior Economist. Studium der Volkswirtschaft an der Universität Bern mit den Schwerpunkten Aussenwirtschaft und Finanzwissenschaft. Praktikum im Amt für Gemeinden und Raumordnung des Kantons Bern. Seit 1997 arbeitet Richard Kämpf bei der BAK Konjunkturforschung Basel AG. Er ist für das Schweizer Regionalmodell, verschiedene Regionalprojekte sowie den Bereich Tourismus (Benchmarking und Prognosen) verantwortlich. PH

Eigene **WEBSite?**

Können Sie vergessen.

Denn HostCenter sorgt rundum für den reibungslosen Betrieb Ihrer Website. Konkret: Ihre Website wird auf einem zentralen Server bei uns gelagert. Womit Sie von modernster Technologie, 7 x 24 h Support und Datenzugriff sowie höchster Sicherheit und Stabilität profitieren. Gleichzeitig sparen Sie sämtliche Hardware-, Unterhalts- und Standleitungskosten. Und mit 10 Angebots-Paketen haben Sie bei uns sogar die breiteste Hosting-Palette der Schweiz zur Auswahl. Infos gibts unter www.bluewin.ch > Services fürs Business > HostCenter oder via Telefon 01 274 77 22.

bluwin

Tourismus Hotellerie



BJÖRN JOHANSSON / Der Zürcher «Headhunter» zählt zur Besetzung des «European Hospitality Forums» an der Igeho. **SEITE 11**



SIMON ANDEREGG / Der Meiringer Hotelier hat vor sieben Jahren sein eigenes Hotel erworben und führt es mit Erfolg. **SEITE 13**

hotel+tourismus revue

ZÜRICH / Bedeutung des Tourismus untersucht

Rund 38 000 Erwerbstätige

Der Tourismus stellt für die Stadt Zürich einen entscheidenden Standortfaktor dar. Das ist das Ergebnis einer Studie der BAK Konjunkturforschung Basel AG. Durch die touristische Nachfrage wurde im letzten Jahr im Grossraum Zürich eine Wertschöpfung von insgesamt 4,5 Milliarden Franken generiert. 38 000 Erwerbstätige sind im Tourismus beschäftigt. Ein wesentlicher Beitrag leistet dabei der Businessbereich: Rund zwei Drittel des Zürcher Tourismus entfallen auf dieses Segment. Die Hotels können im Durchschnitt eine Auslastung von 75 Prozent verbuchen, was mit Städten wie London, Paris oder Rom vergleichbar ist.

Befragungen haben gezeigt, dass Zürich beim Shopping-Angebot, bei der Kultur und bei den Veranstaltungen gute Noten erhält. Sehr gut benotet wird auch die Erreichbarkeit von Zürich. Die Studie spricht denn auch von der strategischen Bedeutung, die ein gut funktionierender Flughafen für den Zürcher Tourismus hat.

Ein Problem ortet die Studie hingegen beim Fehlen einer eigentlichen Kongressinfrastruktur. Optimierungsmöglichkeiten bestehen auch beim Freizeitangebot: Bezüglich Vergnügungsparks, Bäder oder Sportmöglichkeiten wird Zürich nur als durchschnittlich beurteilt.

Die BAK-Studie wurde im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft seo und Zürich Tourismus erstellt. Im Rahmen des «Benchmark Reports für den Urbanen Tourismus Schweiz» hat das BAK auch die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den Städten Luzern, Basel und Bern untersucht. SST

SCHWEIZ TOURISMUS / Forderung um Erhöhung des Jahresbeitrags

Entscheid verschoben

Der Bundesrat hat den am vortletzten Mittwoch vorgesehenen Entscheid verschoben, ob er der Forderung von Schweizer Tourismus (ST) um eine zweimalige Erhöhung des Jahresbeitrags entgegenkommen will. Gemäss Auskunft des Volkswirtschaftsdepartements steht noch kein neuer Termin fest.

Eine ST-Delegation hatte Bundesrat Pascal Couchepin um zweimal 15 Millionen Franken gebeten, um die durch den Wegfall der Swissair entstandene Promotionslücke füllen zu können (siehe Htr Nr. 45). SST

INTERNET / Das Heidiland und Schweiz Tourismus lancieren gemeinsam ein Pilotprojekt: Die Region delegiert ihren Internetauftritt an die nationale Marketingorganisation. **SONJA STALDER**

Vom Know-how profitieren

Wer jemals als Touristiker die Aufgabe hatte, einen neuen Internet-Auftritt zu realisieren, kennt das Problem: Die von professionellen Web-Agenturen vorgeschlagenen massgeschneiderten Lösungen sprengen das vorhandene Budget meist bei weitem. Diese Erfahrung machte auch Marco Wyss, Direktor der Ferienregion Heidiland: «Mit einem Gesamtbudget von rund einer Million Franken stellten wir rasch fest, dass wir von unserem geplanten Projekt absehen mussten.» Im letzten August hat sich Wyss nun mit Thomas Winkler, Direktor Web Division bei Schweiz Tourismus, auf einen neuen Ansatz geeinigt: Das Heidiland delegiert seinen Internetauftritt an die Web-Abteilung von Schweiz Tourismus (ST).

Im Verhältnis zu den eingeholten Offerten liegen die damit verbundenen Kosteneinsparungen für das Heidiland voraussichtlich bei rund zwei Dritteln. Dadurch kann die Region eine Portallösung realisieren, die sonst nicht finanzierbar gewesen wäre. Aus der Sicht von ST dient die Zusammenarbeit als Pilotprojekt, von dem dereinst auch andere kleinere bis mittelgrosse Regionen und Orte profitieren sollen. «Wir werden unseren Partnern mit dieser Dienstleistung einen Mehrwert bieten können», zeigt sich Winkler überzeugt.

VORTEILE UND EINSCHRÄNKUNGEN

Konkret kann das Heidiland das Content Management System (CMS), die Hardware sowie das Know-how von Schweiz Tourismus nutzen. Die nationale Marketingorganisation wird die Bearbeitung der vom Heidiland gelieferten Texte und Bilder sowie die anschließende Datenerfassung übernehmen. Die Bereiche News, Veranstaltungen und Schneeberichte werden die beteiligten Heidiland-Verkehrsvereine selbst aktualisieren – so wie sie es bis anhin über STnet.ch gemacht haben. Weil den Websites heidiland.com und MySwitzerland.com die gleiche Datenbank unterlegt wird, müssen Daten, die auf beiden Seiten erscheinen sollen, nur noch einmal eingegeben werden.

Neben diesen Vorteilen bringt das Sich-Anlehnen an MySwitzerland.com für das Heidiland auch gewisse Einschränkungen mit sich. Zwar hat ST für das Heidiland ein eigenes «Look & Feel» ausgearbeitet (siehe Bild). Die Mitsprachemöglichkeiten dabei waren aber begrenzt, weil die ST-Erkenntnisse, wie eine gute Website auszusehen und zu funktionieren hat, strukturierend wirkten. So wird auch das bestehende CMS-Raster mit der Gliederung nach Produktgrup-



Das «Look & Feel» für den neuen Internetauftritt hat Schweiz Tourismus entworfen. Die Portallösung soll im Dezember aufgeschaltet werden.

pen, Produkten und Angeboten auf die Heidiland-Lösung übertragen. «Sonst machen die Synergien, die wir ja ausschöpfen wollen, keinen Sinn mehr», so Winkler.

ORTE WERDEN IN DAS PORTAL INTEGRIERT

Gegenwärtig werden bei ST die «Contents» (Inhalte) erfasst. Ziel ist es, den neuen Auftritt im Dezember in Deutsch und Englisch aufzuschalten. Zumindest die fünf Subregionen des Heidilands (Amden, Bad Ragaz, Flumserberg, Kerenzersberg, Pizol) werden auf diesen Zeitpunkt hin mit einer «Cover-Page» mit dem Heidiland-Portal verbunden. Diese «Cover-Page» weist optisch dasselbe Layout wie heidiland.com auf und enthält allgemeine Informationen und Bilder zum Ort. Bis im Frühling 2002 sollen die heutigen Auftritte der Verkehrsvereine dann vollständig in das Heidiland-Portal integriert werden. Diese Orte werden somit über keinen eigenen Auftritt mehr verfügen; lediglich ihr Logo wird übernommen. «Es ist unser Ziel, den Destinationsgedanken sowohl gegen innen als auch gegen aussen zu kommuni-

zieren», erklärt Wyss den Grund für die angestrebte «Corporate Identity». Der Entscheid, ob sich noch weitere Verkehrsvereine am Projekt beteiligen wollen, liegt bei diesen selbst: «Mitmachen ist freiwillig», sagt Wyss.

KOSTEN «MARGINAL HÖHER» ALS BISHER

Mit welchen Kosten das Projekt für das Heidiland und die beteiligten Partner verbunden ist, darüber wollen derzeit weder Wyss noch Winkler spre-

chen. «Wir müssen zuerst unsere Erfahrungen auswerten», so Winkler. Wyss rechnet aber damit, dass nach den einmaligen Investitionskosten die finanzielle Belastung der stets wiederkehrenden Kosten «marginal höher» als bisher sein wird, was jedoch durch den «geschaffenen Mehrwert» ausgeglichen werde.

Kontakt: Marco Wyss (Direktor Ferienregion Heidiland), Tel. 081 720 08 22; Thomas Winkler (Direktor Web Division Schweiz Tourismus), Tel. 01 288 12 87.

Die htr begleitet das Pilotprojekt

Unter den Websites von Schweizer Tourismusorganisationen gibt es grosse Qualitätsunterschiede. In Bezug auf Gestaltung, Funktionalität und Aktualität bleiben oftmals Wünsche offen. Das ist jedoch nicht nur der Fehler der Verantwortlichen. Der Markt der Web-Agenturen ist unübersichtlich; die Kosten für gute Lösungen von verlässlichen Partnern bewegen sich rasch in unerschwingliche Höhen. Weil aber das Internet als Marketing-

instrument an Bedeutung gewinnt, kann das Resignieren angesichts dieser Hürden keine Lösung sein. Gefragt sind neue, kreative Ideen, von denen die gesamte Branche profitiert. Die Kooperation zwischen Heidiland und Schweiz Tourismus stellt einen solchen Ansatz dar. Aus diesem Grund wird die hotel + tourismus revue als Medienpartner dieses Pilotprojekt in den nächsten Monaten in loser Folge begleiten. SST

ADRESSE: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern • REDAKTION: Telefon: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: htr@swisshotels.ch • VERLAG: Telefon: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: media@swisshotels.ch

DER KUNDE IST KÖNIG.

Scana Lebensmittel AG, 8105 Regensdorf
Tel. 01 870 83 00 Fax 01 870 83 01
www.scana.ch e-mail: info@scana.ch

hoteljob

Ihr Ansprechpartner für Stellen in der Hotellerie und Gastronomie

hoteljob, Schweizer Hotelier-Verein
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031/370 43 33, Fax 031/370 43 34
hoteljob.be@swisshotels.ch, www.hoteljob.ch

FORUM.CH
Complete Internet Solutions for Hotels & Restaurants

Finden Sie heraus, warum immer mehr Hotelprofis FORUM als Internet-Partner wählen:

- Attraktive Websites
- 360° Panoramabilder
- Web-Postcard
- Aktualisierungsdienst integriert
- Online Booking-Engine
- Website-Promotion
- Hotel-Stellenbörse
- Planung, Beratung und Support

FORUM AG • Kasimir-Pfyffer-Str. 1 • CH-6000 Luzern 7
Telefon 041 249 44 77 • Telefax 041 249 44 70
admin@forum.ch • www.forum.ch

Bildung für eine Branche

Weiterbildung SHV

- bedürfnisgerecht
- praxisnah
- kompetent

Schweizer Hotelier-Verein

www.weiterbildung.shv.ch

BODENSEE / Modernes Informationscenter

Dienstleistungsketten

Die Tourismusregion Bodensee soll ein modernes, auf elektronische Vertriebswege ausgerichtetes Informations- und Servicecenter bekommen. Dies sieht ein zukunftsweisender Marketingplan für die Jahre 2002 bis 2006 vor, der am Bodensee-Tourismustag in Bregenz präsentiert wurde. Einig war man sich darüber, dass die erfolgreiche Entwicklung des Tourismus in der Bodenseeregion das Ergebnis funktionie-

render «Dienstleistungsketten» ist, die durch professionelles Destinationsmanagement über die nationalen Grenzen hinaus wirken.

Ein Beispiel für die internationale Zusammenarbeit rund um den Bodensee ist die Bodensee-Erlebniskarte, die bereits über eine Million Mal eingesetzt wurde. Die touristischen Organisationen rund um den Bodensee wollen ihre Strukturen straffen. *TRU/sda*

Zusätzlicher Flug

Wien. Aufgrund der verstärkten Nachfrage nach Flügen in die Schweiz erhöhen die Austrian Airlines (AUA) ihre Flüge nach Zürich um eine fünfte Frequenz. Der zusätzliche Flug startet jeweils am Vormittag ab Wien. Laut Chief Commercial Officer Josef Burger bietet dies die gewünschte Flexibilität bei der individuellen Reisegestaltung. Für Passagiere ab Zürich ergebe ein erweitertes AUA-Angebot rasche Anschlüsse in Richtung Osteuropa, Naher Osten und Asien. *TRU*

VSTD-Tagung

Korrigenda. Spanien, Irland und die Türkei sind nicht die beliebtesten und Deutschland, Skandinavien und Griechenland nicht die unbeliebtesten Destinationen für die Amerikaner (im Artikel «ETC: Ein Kind der Krise und Not», VSTD-Managementtage, Nr. 45). Richtig ist, dass Spanien, Irland und die Türkei im Vergleich der europäischen Länder in den Neunzigerjahren am meisten amerikanische Gäste gewonnen haben. Deutschland, Skandinavien und Griechenland am wenigsten. *CK*

BASEL TOURISMUS / Mehr Geld vom Kanton

Konkrete Leistungsziele

Die Basler Regierung beantragt dem Basler Grossen Rat die Erhöhung der Tourismus-Subvention um 500 000 Franken auf 1,8 Millionen Franken. In einer Vereinbarung sind konkrete Leistungsziele definiert. Werden diese nicht oder nur teilweise erreicht, kann die Subvention laut Mitteilung der Basler Regierung um bis zu zehn Prozent gekürzt werden. Eine stärkere Unterstützung fordert die Regierung auch von

der profitierenden Tourismusbranche selbst. Basis für die höhere Subvention, die zunächst von 2002 bis 2005 gewährt werden soll, ist eine von der Universität Bern begleitete Untersuchung, wonach Basel Tourismus für die erwarteten Dienstleistungen nicht genug Geld zur Verfügung steht. Berücksichtigt wurde zudem eine von der Universität St. Gallen erarbeitete Evaluation über Basel Tourismus. *TRU/sda*

ZÜRICH / Ohne Airline-Hub gibt es kaum Wachstum

Zürich quo vadis?

Die Quo-vadis-Frage nach den Ereignissen im September und um die Swissair stelle sich nicht nur für Zürich, sondern für die ganze Schweiz, sagte Barbara Rigassi, Botschafterin im Staatssekretariat für Wirtschaft. Über die Auswirkungen des Swissair-Debakels auf den Standort Zürich debattierten im Zürcher WTC nebst Barbara Rigassi der kantonale Volkswirtschaftsdirektor, Ruedi Jeker, Franz Türlér als Unternehmer und Präsident Zürich Tourismus sowie der Präsident der Sektion Luftverkehr des VPOD, Daniel Vischer. Der zaghafte Wirtschaftsaufschwung sei abrupt zum Stillstand gekommen, was nicht heisse, dass die längerfristigen positiven Faktoren nicht mehr intakt seien. Sie sieht am ehesten einen Wachstumsunterbruch von zwei bis drei Jahren. Auch für den Volkswirtschaftsdirektor führt die Problematik nicht zum Alptraum, doch betont er, dass «unsere gute internationale Positionierung Tag für Tag neu erkämpft werden muss».

Franz Türlér wartete mit ersten Frequenzzahlen für den Herbst auf. An der Bahnhofstrasse brach der Umsatz in den Geschäften für die Zeit nach dem 11. September im Vergleich zum Vorjahr um 30 Prozent ein, und in den Hotels gingen die Frequenzen um 20 Prozent zurück. Das Marketing wird nun umgepolt in Richtung Nachbarländer, deren Bewohner für die Anreise nicht auf das Flugzeug angewiesen sind.

WERTERHALTUNG IN KLOTEN

Türlér hat den Eindruck gewonnen, in Kloten werde zurzeit Kapazität auf Halde gebaut, was nicht negativ sein müsse. Aber die Stadt brauche auch sonst eine erweiterte Infrastruktur, wie ein neues Kongresszentrum. Er wünsche sich für Zürich generell etwas mehr Dynamik. Jeker sieht hingegen die Prioritäten zurzeit ganz klar bei der Wiederherstellung des Flughafens und bei der dortigen Werterhaltung. Die Hoffnungen auf eine baldige Wiederherstellung des Status quo ante sollte man nach Vischer nicht zu hoch schrauben. Die Zuversicht auf dem Arbeitsmarkt sei buchstäblich verfliegen. Gabe es jetzt einen schweizerischen Volksentscheid über die Finanzierung der neuen Fluglinie, wäre Vischer von einem negativen Ausgang nicht überrascht.

Zürich als Wirtschaftsmetropole sei quasi der «Motor der Schweiz». Allerdings seien die Bedingungen in einigen Bereichen, etwa im Tourismus, «nicht optimal», bemerkte Barbara Rigassi. Als Vertreter des Uhrengeschäfts verglich Türlér die jetzigen Probleme mit der Uhrenkrise der Siebzigerjahre, die schliesslich auch zu neuen Höhenflügen der Industrie geführt hätten. Erstaunt fragte andererseits ein deutscher Teilnehmer, ob es angesichts der nationalen Schwierigkeiten nicht an der Zeit wäre, den Standort Schweiz etwas offener und offensiver in das umliegende Europa einzubringen. *PH*

Foto: Toni Rütli



RESOLUTION FÜR EIN BEHINDERTENGERECHTES FERIELAND SCHWEIZ

Die IST-Studenten Valérie Huber, Nadja Lenzinger und Ralph Näf (v.l.n.r.) konfrontieren Gottfried F. Künzi, Direktor Schweizer Tourismus-Verband (mit Mikrofon), mit konkreten Forderungen auf Grund der Projektarbeit der Abschlussklasse.

IST-SYMPOSIUM / Behinderte werden im Ferienland Schweiz benachteiligt.

An einem Symposium präsentierten IST-Studenten Lösungsvorschläge. **TONI RÜTTI**

Behindertengerechte Angebote kreieren

Das das Reisen für Behinderte sehr mühsam sein kann, wurde am Symposium «Ferien miteinander – Touristiker begegnen Rollstuhlfahrern» in Regensdorf von niemandem abgestritten. Rund 200 Studierende, Behinderte sowie Touristiker nahmen am Symposium teil, das die Internationale Schule für Touristik Zürich AG (IST) aus Anlass einer Projektarbeit der Abschlussklasse durchführte. Die Studenten überreichten Gottfried F. Künzi, Direktor Schweizer Tourismus-Verband (STV), zuhanden der Tourismusbranche eine Resolution «Behindertengerechtes Ferienland Schweiz». Gefordert werden darin unter anderem ein «Qualitätsgütesiegel Behindertentourismus», die Schaffung eines einheitlichen Behindertenführers, Angebotsverbesserungen und entsprechendes Infomaterial, die Befolgung der Richtlinien «Behindertengerechtes Bauen», die Sensibilisierung und Schulung von Touristikern, Verbesserungen im öffentlichen Verkehr sowie im Bereich Kommunikation.

RAHMENBEDINGUNGEN VERBESSERN

Für Christian Lohr, Zentralpräsident Plussport/Behinderten-Sport Schweiz, ist es ausgesprochen paradox, dass die ansonsten touristisch gut erschlossene Schweiz nur kümmerliche Reiseumöglichkeiten für Behinderte anzubieten hat. «Die Schweiz kann zu einem guten Reiseziel für behinderte Personen werden, wenn die Rahmenbedingungen in Form von greifenden Gesetzen für uns Behinderte

einen breiten Zugang zum gesellschaftlichen und damit auch zum touristischen Leben bringen», sagte Lohr. Er und auch Regula Huwiler, Präsidentin des Rollstuhlclubs Zürich, versprechen sich Verbesserungen vom Gleichstellungsgesetz, das derzeit im Bundesbern zur Debatte steht. In den USA garantiere das Antidiskriminierungsgesetz bessere Bedingungen, und auch in Europa sei man diesbezüglich zum Teil weiter als in der Schweiz, wurde von verschiedenen Betroffenen betont.

DEFIZITE BEI DER PERSONALSCHULUNG

Ausgangslage für die Workshops des Symposiums bildeten die Recherchen der Studenten sowie die Erkenntnisse aus einer Projektwoche in Grimentz (siehe htr vom 6. September 2001). Offertanfragen bei Tourismusorganisationen und Hotels in den Ferienregionen Graubünden, Berner Oberland und Wallis hatten eine nur kleine Ausbeute ergeben. Genauere Abklärungen der Studenten zeigten dann aber, dass das Angebot gar nicht so dürftig ist, wie man auf Grund der Auskünfte und Prospekte annehmen musste. Das Personal der Tourismusorganisationen und Hotels kannte nicht einmal die Angebote für Behinderte der jeweiligen Region.

CHANCEN UND POTENZIAL NUTZEN

Walter Kunz, Geschäftsführer des Schweizerischen Reisebüroverbands, machte keinen Hehl daraus, dass

man das Segment Behinderte wahrscheinlich tatsächlich so stark vernachlässigt habe, wie dies die IST-Abschlussklasse kritisierte. In ihrer Projektarbeit hatten die Studierenden das Ferienland Schweiz aus der Sicht der Behinderten durchleuchtet und aufzuzeigen versucht, wo für den Tourismus Chancen und Potenzial vorhanden wären. Die Studierenden gehen von einem Volumen von 45 Millionen Franken aus, wovon heute aber bloss neun Millionen Franken ausgeschöpft würden.

In der Schweiz muss eine halbe Million Menschen mit einer Körper- oder Sinnesbehinderung leben. «Die Vernachlässigung des Gastesegments Behinderte durch den Schweizer Tourismus lässt sich nur mit einer Mischung aus Gedankenlosigkeit und Berührungsängsten erklären», sagte Künzi. Behindertengerechte Angebote dürften nicht länger als «quantité négligeable» behandelt werden. Es gehe darum, den Bedürfnissen der Betroffenen gerecht zu werden und gleichzeitig die Chancen des touristischen Segments zu nutzen.

Priska Lauener von der «IG behindertenfreundliches Toggenburg» präsentierte die Broschüre «Ferien- und Freizeitmöglichkeiten für Behinderte im Toggenburg», welche ihre Organisation zusammen mit Toggenburg Tourismus erarbeitet hat. Ganz im Sinne von Schweiz Tourismus brachte Priska Lauener die Reisebedürfnisse der Behinderten auf den Punkt: «Auch ich möchte sagen können: My Switzerland.»

* Resolution siehe unter www.ist-zurich.ch

GRAUBÜNDEN FERIE / «La butia» – Treffpunkt in der Raststätte «Heidiland»

Mehr als nur ein Info-Schalter

Graubünden Ferien (GRF) präsentiert sich seiner motorisierten Kundschaft neu: In der Raststätte «Heidiland» an der N13 bei Maienfeld wird am Freitag nach einmonatiger Bauzeit «das neue Tor zum Erlebnis Graubünden» namens «La butia» eröffnet. Hinter dem romanischen Wort für «Laden» verbirgt sich ein multifunktionaler Treffpunkt.

Als «Begegnungsstätte, umfassendes Tourist-Center und Präsentations- und Verkaufspunkt von ausgesuchten Produkten und Geschenken» propagieren die Touristiker von GRF ihr jüngstes Kind, das sie als «ersten Graubünden-Shop überhaupt» verstanden wissen wollen. «La butia» sei mehr als ein touristischer Info-Schalter.

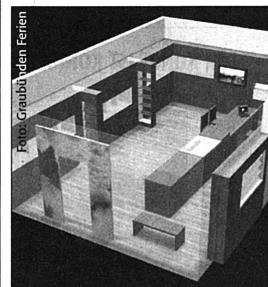
TOR ZUR ERLEBNISWELT GRAUBÜNDEN

Der neue Shop von Graubünden Ferien solle vielmehr zum «Tor zur Erlebniswelt Graubünden» werden. Entsprechend würden die Markenwerte «wahr», «wohlthuend» und «weitsichtig» kommuniziert.

Diesen Werten entsprechend wurde der lediglich 52 Quadratmeter grosse Raum mit Gestein aus dem Calancatal und Lärchenholz aus dem Engadin gestaltet. Die Dienstleistungen umfassen die ganze Palette eines Tourist-Centers, ergänzt durch das Angebot eines Reisebüros und die Produkte und Geschenke eines Souvenir- und Geschenk-Shops.

NEUES MARKENDACH GRAUBÜNDEN

«La butia» soll laut GRF zu einem Ort der Begegnung mit Einheimischen und Gästen werden. Ausserdem wird der Laden als Präsentationsplattform für Organisationen und Unternehmen genutzt, die ihre Dienstleistungen und Produkte unter dem neuen Markendach «Graubünden» kommunizieren wollen. «La butia» ist an 365 Tagen im Jahr, jeweils von 8.00 bis 18.00 Uhr, geöffnet. *UH*



Die neue touristische Begegnungsstätte «La butia» in der Raststätte «Heidiland» im Entwurf aus dem Computer.

«EUROPEAN HOSPITALITY FORUM» / Ein bestens besetztes Forum diskutiert in Basel über die Zukunft des Hotellerie-Managements. Der SHV veranstaltet mit seinen Partnern ein internationales Experten-Treffen zu den Perspektiven der Spitzenkräfte. **KARL JOSEF VERDING**

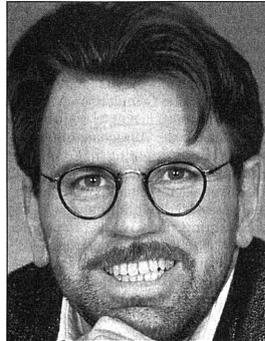
Forum soll Manager-Position stärken



Björn Johansson, der «Headhunter» aus Zürich, hat Kader für das oberste Segment im Visier.



Für neue Karrieren braucht es neue Kompetenzen: Das will die Professorin Gertrud Hühler hervorheben.



Stephan Klapproth von SF DRS («10 vor 10») moderiert das Forum an der Igeho in Basel.



Kurt Ritter ist der Schweizer an der Spitze der Radisson SAS Hotels & Resorts.



Thomas Bratschi ist Leiter von Konzeption & Beratung am Gottlieb-Duttweiler-Institut.

Das «European Hospitality Forum» am 26. November soll als «Informations- und Kommunikationsforum für Top-Hoteliere der Vier- und Fünfsternhotellerie» ein neuer Höhepunkt der Igeho in Basel werden. Es werden 300 nationale und internationale Spitzenmanager aus der Hotellerie erwartet. Thema des diesjährigen Forums ist die Frage nach dem Hotelmanager der Zukunft. Unter dem Titel «Von Diktatoren, Gladiatoren und Kommunikatoren» sprechen namhafte Persönlichkeiten aus den verschiedensten Branchen über aktuelle Entwicklungen und Trends von morgen. Im Rahmen eines Round Table wird anschliessend unter der Leitung des Fernsehjournalisten Stephan Klapproth («10 vor 10») über die generellen Anforderungen an die

heutigen CEOs der Hospitality diskutiert.

MANAGER: GLADIATOREN UND KOMMUNIKATOREN

Partner des Schweizer Hotellerie-Vereins in der Veranstaltung des «European Hospitality Forums» sind das Gottlieb-Duttweiler-Institut (GDI), die Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), die Food & Beverage Manager Association (FBMA). Alle Beiträge werden simultan französisch und englisch übersetzt.

Unter dem spannenden, für die Arena geeigneten Titel «Von Diktatoren, Gladiatoren und Kommunikatoren» wird Thomas Bratschi das Forum eröffnen. Er spricht über «Das neue

Gleichgewicht der Mächte». Bratschi ist Leiter des Bereichs Konzeption & Beratung am GDI.

Die deutsche Professorin Gertrud Hühler referiert über den «CEO – das unbekannte Wesen, neue Kompetenzen und Karrierewege». Gertrud Hühler ist freie Unternehmerin und Beraterin von Wirtschaft und Politik. Unter anderem ist sie «Member of the Board» des britischen Nahrungsmittelkonzerns Grand Metropolitan und Mitglied im Beirat des Verteidigungsministers für Fragen der inneren Führung sowie des Ministers für Forschung und Technologie.

Über «Chancen und Risiken in der Karriere des Hospitality Managers» berichtet Kurt Ritter, der Präsident und CEO der Radisson SAS Hotels & Resorts.

«Qualitätsanforderungen» definiert Björn Johansson, der Zürcher Wirtschafts- und Unternehmensberater: «Was macht einen guten CEO aus?» Die Björn Johansson Associates AG, eine weltumspannende Beratungsgruppe, ist auf die Direktsuche von CEOs, Presidents, Managing Directors und Verwaltungsräten für führende Unternehmen und Organisationen spezialisiert.

BRAIN POWER AM ROUND TABLE

Auch die Besetzung für das anschliessende Round-Table-Gespräch unter der Leitung von Stephan Klapproth ist hochkarätig: mit Angelika Heyer, Hans Wiedemann, Otto Lindner jr., Jeffrey Catrett und wiederum Björn

Johansson. Angelika Heyer ist Chefredaktorin der Fachzeitschrift «NGZ – Der Hoteliere» in Frankfurt am Main. Hans Wiedemann ist seit 1995 Managing Director der Montreux Palace SA. Gleichzeitig wirkt er als Präsident der Leading Hotels of the World in Switzerland. Otto Lindner ist 1991 zum Vorstand der deutschen Lindner Hotels AG berufen worden, die unterdessen mehrere Hotels in der Schweiz besitzt. Jeffrey Catrett ist Dekan des Akademischen Programmes und der Forschung der Ecole hôtelière de Lausanne.

Nach dem Forum, ab etwa 13.45 Uhr, offeriert der Schweizer Hotellerie-Verein an seinem Igeho-Stand einen Steh-Lunch für spontane Debatten und entspannte Zwiesgespräche: Halle 2.1, Stand H 10.

Anmeldung via Internet

Das 1. European Hospitality Forum auf einen Blick

Wann: Montag, 26. November 2001.
Wo: Kongresszentrum Messe Basel.
Zeit: 10.30 bis 13.30 Uhr.
Anmeldung: Auf der Website www.ehforum.ch unter «Online-Anmeldung».

Teilnahmegebühr: 290 Franken Spezialpreis für SHV-Mitglieder. 490 Franken Spezialpreis für FBMA-Mitglieder. 590 Franken für alle anderen. Alle Preise inkl. MwSt. In der Teilnahmegebühr sind ein Tageseintritt zur Igeho 01 und der offizielle Messekatalog inbegriffen.

Unterkunft: Der Reservationswunsch kann auf der Website www.ehforum.ch unter «Hotelreservation» eintragen werden.

Bahn: Spezialangebot für die Schweiz: «Messe-Basel-Tickets». Öffentliche Verkehrsmittel: Ab Bahnhof SBB mit Tram Nr. 2, ab Badischen Bahnhof mit Tram Nr. 2 oder Nr. 6 direkt zur Messe.

Auto, Parking: Der Messe-Signalsation folgen. Park & Ride-System der Basler Verkehrsbetriebe benutzen.

Für weitere Informationen: Telefon +41 (0)61 686 28 28, www.ehforum.ch KJV

Zuerst zu Mosimann

Die Food & Beverage Manager Association (FBMA) als Mitveranstalter des «European Hospitality Forums» lädt alle früh Anreisenden ein, bei einem kulinarischen Ausflug nach Olten dabei zu sein. Die Reise führt ins «Château Mosimann», den neuen Member-Club in der Schweiz, eingerichtet von Anton Mosimann. Der Treffpunkt ist im Kongresszentrum in Basel, am Sonntagabend, dem 25. November, um 19.45 Uhr. Nach einem Glas Champagner geht es mit dem Bus nach Olten zum Galadinner ins Château Mosimann.

Kosten ab Basel: 135 Franken. Kosten ohne Transfer: 100 Franken. KJV

Hotelfachschulen: Live-Übertragung

Im Zentrum des «European Hospitality Forums» in Basel am 26. November 2001 stehen Inputs für die Führungselite von morgen. Dem veranstaltenden Schweizer Hotellerie-Verein (SHV) ist es deshalb wichtig, auch die Generation der zukünftigen Hoteliere in die Diskussion einzubeziehen. Der SHV richtet deshalb auf dem Hauptportal seiner an der Igeho neu lancierten Internet-Site (www.swiss-hotels.ch) einen Chatroom ein. Hotelfachschüler, welche die Veranstaltung an der HGF in Thun und der EHL in Lausanne via Satellit in Wort und Bild mitverfolgen, haben Gelegenheit, während des Fo-

rum via E-Mail Fragen an die Teilnehmer der Podiumsdiskussion zu stellen. Ausgewählte Fragen werden in der Veranstaltung direkt beantwortet oder diskutiert.

Der SHV hat die Hotelfachschulen dazu eingeladen, ihre Schüler frühzeitig über das European Hospitality Forum zu informieren und sie zu ermuntern, während der Veranstaltung aktiv Fragen an die Teilnehmer der Podiumsdiskussion zu richten. Er rechnet mit einer spannenden Veranstaltung und einem interessanten Ideenaustausch zwischen den heutigen und den zukünftigen Branchenleitern. KJV

BERNER HOTELIER-VEREIN / Als «bernhotels.ch» haben die Hotels der Stadt Bern ab dieser Woche ihren ersten gemeinsamen Internet-Auftritt. Im nächsten Jahr wollen sie die wichtigsten internationalen Kongress-Entscheider nach Bern holen. **KARL JOSEF VERDING**

Die «bernhotels.ch» machen jetzt mobil

Der Berner Hotellerie-Verein (BHV) macht mit seinem neuen Auftritt für Gäste und Öffentlichkeit sowie mit seinen Dienstleistungen für die Mitglieder einen «Quantensprung». So formulierte es sein Vizepräsident Patrick Scherrer, der Leiter des Hotels Allegro, im Anschluss an die Generalversammlung des BHV. Die Vereinigung, die ab jetzt nur noch im Untertitel «Berner Hotellerie-Verein» heisst, liess sich ein neues Corporate Design und den ersten Internet-Auftritt als «bernhotels.ch» gestalten. Die Grundfarbe ist symbolträchtig: Es ist das gleiche Rot wie in der Kampagne «Bern Mobil» der städtischen Verkehrsbetriebe. Auch die «bernhotels» wollen die Stadt mobilisieren. Alle Schwächen im bisherigen Auftritt der Stadt Bern, so wie sie im stadtbezogenen «BAK Report zum Urbanen Tourismus» festgehalten sind (siehe htr vom 8. November 2001), werden auch von der Leitung der «bernhotels» erkannt, wie an ihrer Medienkonferenz deutlich wurde. Die Analyse reizt die «bernhotels» zur Verstärkung ihrer eigenen Aktivität. Diese soll mit Bern Tourismus abgestimmt werden.

Unter anderem sollen im Jahr 2002 die für Bern wichtigsten Kongress-Entscheider aus den internationalen Verbänden und multinationalen Konzernen zu einem Meeting nach Bern geholt werden. Dass in diesem Segment bei entsprechender Marketing-Aktivität lukrative Erfolge einzufahren sind, hat die Branche gegenüber der Stadt bereits bewiesen: Zum Beispiel waren an Pfingsten 2001 die Singapur Versicherungen für einen Incentive-Aufenthalt in Bern. Umso weniger Verständnis haben die «bernhotels» dafür, dass Bern das Budget seines Tourismus-Marketings um den gleichen Betrag herabsetzen will, mit welchem die Basler Städtekonkurrenz ihr Marketing gemäss Antrag der Regierung verstärkt:

500 000 Franken. Zusammen mit Gasterbern haben die «bernhotels» beim Gemeinderat der Stadt Bern interveniert, weil die vorgesehene Kürzung des Beitrages an Bern Tourismus «zu einer Schwächung der touristischen Marketingorganisation führt», wie der Vorstand der «bernhotels» erklärt.

AKTIONEN GEGEN DIE ABWANDERUNG

Die neue Website der «bernhotels» bietet auch Dienstleistungen für die Mitglieder. Besonders wichtig ist die Stellenbörse. «Gegen das Imageproblem der Branche beim Nachwuchs werden wir im nächsten Jahr mehrere Aktionen lancieren», kündigt Hannes Imboden, Mitglied des Vorstands der «bernhotels», an. Noch mehr als ein Neu-Rekrutierung geht es dabei um eine Verhinderung der Abwanderung guter Kräfte.

Foto: Swissimage



PERSPEKTIVE FÜR DIE HAUPTSTADT

Die Bundeshauptstadt Bern soll ihr touristisches Marketing nicht durch eine Budgetkürzung verschlechtern, sondern durch einen angemessenen Auftritt verbessern. Bestärkt durch das Resultat des auf Bern bezogenen «BAK Reports zum Urbanen Tourismus» wollen die «bernhotels» ihre Ideen einbringen.

DAVOS OHNE WEF / Die Betten auch ohne das World Economic Forum (WEF) 2002 auszulasten, ist für Davos das kleinere Problem. Anspruchsvoller ist es, den drohenden Image-Schaden zu begrenzen. UELI HANDSCHIN

Verlierer können unattraktiv werden

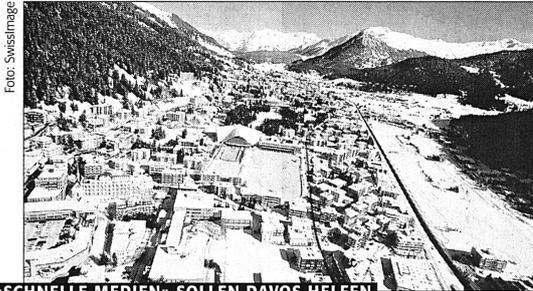


Foto: SwissImage

«SCHNELLE MEDIEN» SOLLEN DAVOS HELFEN
«Rund um die Uhr» arbeiten die Entwickler am neuen Internet-Auftritt von Davos, damit schnelle Kundenkontakte zum Ausgleich des WEF-Ausfalls geknüpft werden können.

Bereits mit den Anschlägen am 11. September war es fraglich geworden, ob das kommende Weltwirtschaftsforum (WEF) wieder in Davos stattfinden würde. Dessen Gründer und Chef, Klaus Schwab, schien aber dann noch zehn Tage vor der Absage an einer Informationsveranstaltung im Kongresszentrum keinen Zweifel daran zu lassen, dass er den Weltanlass wieder im Landwassertal durchführen wolle. Die Verschiebung nach New York wurde letzte Woche entsprechend unglücklich kommuniziert. Aus heiterem Himmel traf sie die Touristiker aber nicht.

Reagiert wurde denn auch prompt. Bereits einen Tag nach Schwabs offizieller Verlautbarung vom Mittwoch griff die Exekutive der zweitgrössten Bündner Gemeinde tief in die Kasse und

stellte 500 000 Franken zur Verfügung. Damit soll ein Impulsprogramm initiiert werden, um die wirtschaftlichen Folgen von Schwabs Umzug in die Staaten zu mildern. Die notwendige Zustimmung des Gemeindeparlaments gilt als Formsache. Es ist offensichtlich: Nach 31 Jahren ohne Unterbruch bedeutet ein Winter ohne WEF eine tiefe Zäsur in der Geschichte des Davoser Fremdenverkehrs.

DUMPING-PREISE WIRD ES NICHT GEBEN

Laut Michael Caflisch hat auch Davos Tourismus reagiert und Sofortmassnahmen ergriffen. Alle Pauschalangebote, die in den beiden Wochen, die das Forum überschnei-

det, bisher nicht gebucht werden konnten, sind nun auch in der letzten Januar- und ersten Februarwoche zu haben, sagte der Marketing-Direktor auf Anfrage. Die Partner Graubünden Ferien und Schweiz Tourismus hätten sich bereit erklärt, die Davoser Offerten in ihren Internet-Auftritten in den Vordergrund zu rücken. Der eigene neue Auftritt im Web, der eigentlich für Ende November geplant gewesen wäre, wird um zwei Wochen vorgezogen. «Unsere Internet-Firma arbeitet rund um die Uhr», sagte Caflisch, der bewusst auf die «schnellen Medien» setzt – zumal die Zimmer eben auch schnell an die Kundschaft gebracht werden müssen. Mails an jene 20 000 potenziellen Kundinnen und Kunden, die ihre elektronische Adresse Davos Tourismus überlassen haben, sollen weitere Gäste sichern. Dumping-Preise wird es laut Caflisch nicht geben.

Dennoch beziffert der Davoser Hotelierverein die finanziellen Einbusen, die seine Mitglieder zu erleiden haben werden, auf mindestens zehn Millionen Franken. Wie Ernst Wyrsch, Direktor des grössten Fünf-Stern-Hauses am Ort, des «Steigenberger Belvédère», gegenüber der htr sagte, veranschlagt er die Mindereinnahmen allein seines Betriebes auf zwei Millionen Franken. Nicht zu ersetzen sind die rund 180 «Top-Events», die in den Restaurants und Sälen seines Erstklassenhauses jeweils während des WEF stattgefunden haben. Nicht weniger als 600 Frühstücke, rund 1000 Mittag- und 1500 Abendessen wurden letztes Jahr täglich den zahlungskräftigen VIPs und ihrer Entourage serviert.

Musik statt WEF?

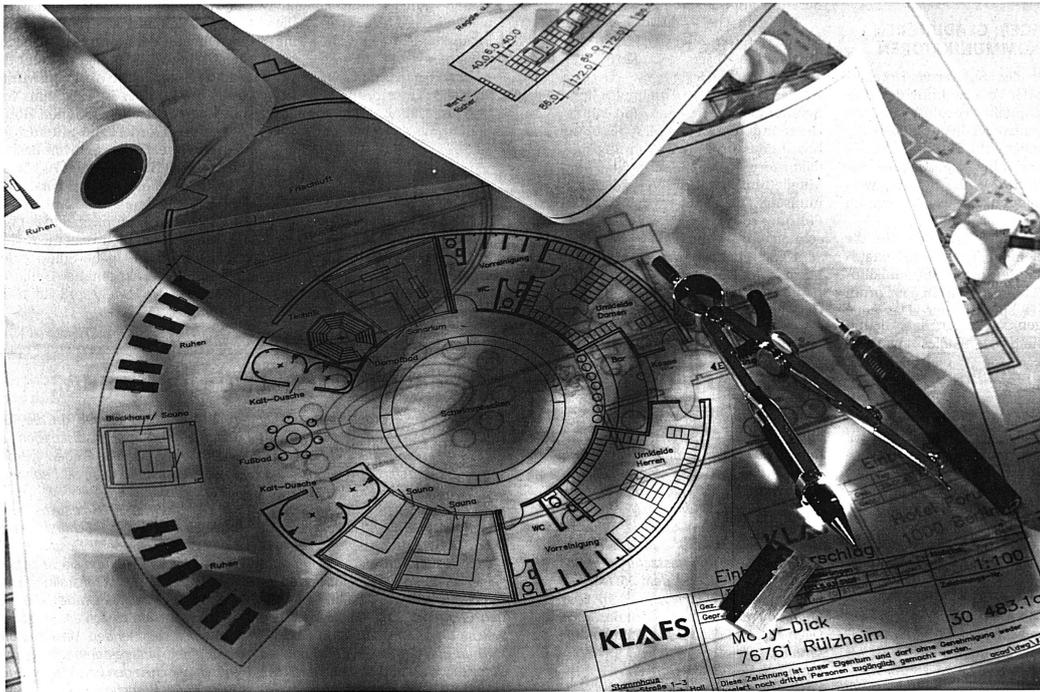
Gleich nach der Ankündigung einer öffentlichen Finanzspritze wurden unkonventionelle Ideen geboren: Warum nicht, so wurde etwa angeregt, für das Geld Jazzmusiker aus New York einladen und so ein Festival begründen? Laut Ernst Wyrsch soll das Geld so ausgegeben werden, dass das Image des Ortes gestärkt wird. Denn nichts sei gefährlicher als der Ruf eines «Losers». Verlierer werden gemieden, Gewinner werden gesucht – eine Regel, nach der sich Menschen besonders in den Ferien unwillkürlich richten. **UH**

KURZ UND BÜNDIG

Schweizer Hotelführer 2002 erschienen. Der soeben erschienene Hotelführer 2002 des Schweizer Hotelier-Vereins (SHV) ist zugleich ein Expo.02-Führer. SHV-Präsident Christian Rey und Expo-Präsidentin Nelly Wenger haben sein Vorwort verfasst. Die Angebote der Hotels im neuen Hotelführer 2002 sind auch online über www.swiss-hotels.ch verfügbar. **KJV**

HSMAl: Goldener Felix 2001 für «beste Bühne». Die beste Leistung im Bereich der Kommunikation zeichnet die Hospitality Sales & Marketing Association International, Chapter Switzerland (HSMAl), jährlich an ihrem Marketingtag aus. Dieses Jahr erhält jenes Unternehmen die Trophäe, welches «die beste Bühne für ein gelungenes Event» schaffte. Welcher Hotelier oder Gastronom hat dem Auftraggeber die beste Bühne, die originellste Kulisse oder die gelungenste Inszenierung organisiert? Bewerbungen können sowohl Auftraggeber, Organisatoren wie Teilnehmer bis zum 30. November 2001 einreichen. Die Unterlagen und Einzelheiten für das Mitmachen beim Goldenen Felix sind im Internet unter www.hsmal.ch verfügbar. Weitere Auskünfte erteilt folgende Adresse: HSMAl Chapter Switzerland, Beat Blumenthal, Schindlerstrasse 5, 8006 Zürich. Telefon 01 361 80 50, Fax 01 361 87 60. **KJV**

Anzeige



Ein heißer Tip für den Bau Ihrer Sauna-Badeanlage: Die Unterstützung vom Fachmann.

Ganz gleich, ob Sauna, Sanarium, Dampfbad oder Tecalдарium, Garderobenanlagen oder Solarium. Was Sie für die Ausstattung Ihrer Freizeit-Badeanlage brauchen, liefern wir Ihnen. Mit der von Klafs bekannten Qualität in der Verarbeitung, einschliesslich der fachmännischen Unterstützung bei der Planung. Denn unsere Planungsprofis sagen Ihnen nicht nur, wo z. B. welche Sauna und in welcher Größe ideal ist. Sondern auch wie Sie Ihren Raum am besten nutzen und wo Sie welche Versorgungsanschlüsse benötigen. All das sind Tips, die Ihnen Zeit,



Ärger und Kosten sparen. Mit dem Ziel, Sie und Ihre Kunden zufriedenzustellen. Ein Anruf genügt und wir sind für Sie da.

KLAFS Saunabau AG, Oberneuhofstrasse 11, 6342 Baar
Telefon 041/760 22 42, Fax 041/760 25 35
www.klafs.ch

Name _____
Strasse _____
PLZ/Wohnort _____
Telefon _____

KLAFS
Die Sauna.

Erfolgreiche Kundenbindung

RIU Hotels. Die Kundenbindungskarte der RIU-Kette, genannt Riu Class, die vor vier Jahren eingeführt wurde, ist bereits im Besitz von über 600 000 Gästen. Mit dieser Karte erhalten die Gäste Punkte pro Übernachtung, die sie bei zukünftigen Hotelaufenthalten gegen Extras wie zum Beispiel Speisen und Getränke eintauschen können. Bei mehrmaligen Aufenthalten multipliziert sich die Anzahl der Punkte als zusätzliche Treueprämie für den Gast. CK

SMALL LUXURY HOTELS / Luxus wird versteigert

Erlös ans Rote Kreuz

Gästen etwas Aussergewöhnliches bieten zu einem guten Zweck und für ein hehres Ziel, nämlich die Welt wieder für das Reisen zu begeistern: Das ist der Zweck der Internet-Auktion, die die Small Luxury Hotels of the World (SLH) lancieren. Die Erlöse aus der Auktion werden dem Roten Kreuz überwiesen. Unter www.slh.com findet der luxurios orientierte Gast Angebote wie Wohnen in der Villa, die Bill Clinton während seines

Besuches in Jaipur beherbergte. Oder der Gast kann eine private Palasttour mit einem Maharadscha unternehmen oder mit Indiens berühmtesten Wildhüttern ein Tigerreservat besuchen.

«Bid for the World» sind laut Pressemitteilung «höchst exklusive Hotel-Arrangements mit einzigartigen Rahmenprogrammen. Viele davon seien «monetär kaum zu bewerten». CK

STEIGENBERGER / Hotelberufsfachschule in Bad Reichenhall ist staatlich anerkannt

Zweite anerkannte Privatschule

Die Steigenberger Hotelberufsfachschule in Bad Reichenhall ist von Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus in München staatlich anerkannt worden. Damit bietet die Steigenberger Akademie GmbH – nach der Steigenberger Hotelfachschule – den zweiten staatlich anerkannten Ausbildungszweig. Die einjährige Ausbildung in der Steigenberger Hotelberufsfachschule wird von allen Industrie- und Hand-

delskammern (IHK) als erstes Ausbildungsjahr einer anschließenden Berufsausbildung im Betrieb anerkannt. Die Steigenberger Hotelberufsfachschule bietet Berufseinsteigern in dem berufsvorbereitenden Lehrgang Grundwissen. Die Schüler sind im hauseigenen Internat untergebracht.

Auf die Hotelberufsfachschule können die Absolventen bei einer anschließenden, um ein Jahr verkürzten Berufsaus-

bildung zum Hotelfachmann, Restaurantfachmann oder Koch aufbauen. Die Steigenberger Hotelfachschule bildet in einer zweijährigen Fachausbildung (4 Semester) den Führungsnachwuchs aus. Einmalig für eine Hotelfachschule ist die im Betriebswirtschaftsstudium zusätzlich enthaltene Ausbildung zum «Qualifizierten EDV-Anwender». Die Schulen stehen auch Schweizerinnen und Schweizern offen. CK

SIMON ANDEREGG / Der junge Hotelier aus Meiringen ist nicht nur mutig, er besitzt eine weitere Eigenschaft, die ihm zum Erfolg verhilft: Er ist begeisterungsfähig und lässt seinen Funken auf andere überspringen. CHRISTINE KÜNZLER

«Ich habe Freude, etwas bewegen zu können»

«Den Sinn meines Lebens sehe ich darin, dass ich kämpfe, um etwas zu erreichen. Ich möchte, dass meine Kinder einmal stolz auf ihren Vater sein können.» Dazu haben sie jetzt schon Grund: Simon Anderegge hat in sieben Jahren aus dem Meiringer Hotel Victoria etwas geschaffen, das sich von den Durchschnittshotels abhebt. Da ist einmal die Ambiance im Hotel: Zimmer, die sich auszeichnen durch liebevolle Details, durch eine warme Schlichtheit, durch aufheitende Farben und künstlerische Akzente. Da ist aber auch die kreative Küche, die Simon Anderegge im Restaurant zelebriert.

habe Girardet keine geduldet. Hotelhandelsschule, Wirtepatent, Lehrmeisterkurse und das Unternehmerseminar vom Schweizer Hotelier-Vererein sind weitere Elemente in Anderegges Rucksack. Ein wichtiger Mosaikstein sei für ihn sein Amerika-Jahr gewesen. «Ich lief mit offenen Ohren und Augen durch New York und habe wie ein Schwamm alle Ideen aufgesogen.» Dort habe er gelernt, «dass der Gast im Vordergrund steht, dass Emotionen wichtig sind und dass daraus automatisch Umsatz resultiert».

Schon während seiner Lehr- und Wanderjahre habe er im elterlichen Zwei-Sterne-Betrieb während eines Monats den Gästen demonstriert, was er in den besten Küchen gelernt hat. «Mit einfachen Mitteln und Herzblut konnte ich meine Speisen auf den Teller bringen und zeigen, dass nicht der Glanz rundherum alles ausmacht.» Die Gourmet-Wochen im November sind zur Tradition geworden. Bis zum 25. November kocht Simon Anderegge «im Namen der Rose». Begonnen haben Anderegges im kleinen Rahmen – mittlerweile haben sie viele Stammgäste. Der Gourmet-November ist aber nicht die einzige «Victoria»-Aktivität. Jeweils im Januar laden Anderegges die Verliebten zum Candlelight-Dinner. Doch Anderegges wären nicht Anderegges, wenn sie nicht noch mehr Pfeile im Köcher hätten ...

«DER GAST MUSS WISSEN, WAS IHN ERWARTET»

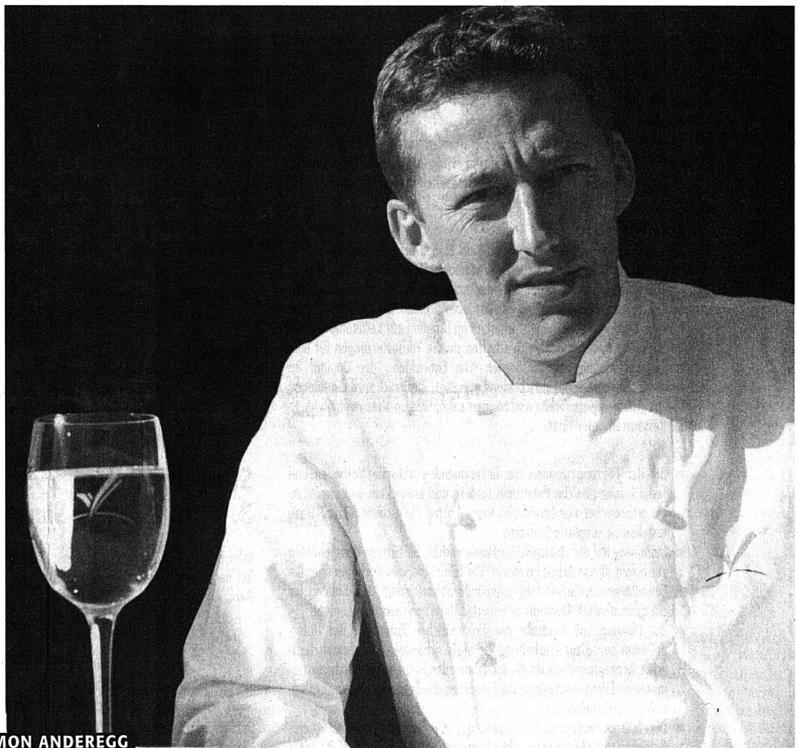
Die Übergabe des Hotels vor sieben Jahren, erzählt Simon Anderegge, habe reibungslos geklappt. «Vom Moment an, als ich Eigentümer war, haben mir meine Eltern nicht mehr dreingeredet.» Thematisiert worden sei diese Handänderung schon Jahre zuvor. «Bevor ich nach Amerika ging, machten wir einen Abtretungsvertrag, der festhielt, dass das Hotel an mich geht.»

«Wir strichen die Wände, änderten einige Dekorationen und haben dann mit dem Bestehenden angefangen», erinnert er sich an seine erste Handlung als stolzer Hotelbesitzer. Im Laufe der Zeit haben Anderegges «durch Leistung und Herzblut überzeugt». In den ersten beiden Jahren habe er sich in Meiringen «positionieren und den eigenen Weg finden» müssen. «Es war für mich wichtig, mir klar zu sein, was und wohin ich will. Denn der Gast muss wissen, was ihn in unserem Haus erwartet.» Anderegge hat seine Positionierung inzwischen gefunden: «Ein wenig Künstlerhotel, mit einem hohen Niveau im Restaurant.» Damit konkurrenzieren er die einheimischen Hotels nicht.

«NICHT DER GLANZ RUNDUM MACHTS AUS»

Simon Anderegge ist durch und durch ein Hotelier. Ein mutiger – denn vor sieben Jahren kaufte er den elterlichen Betrieb «zu einem Marktpreis». Damals war Anderegge 28 Jahre alt. Er war in diesem Hotel, das seine Eltern während 30 Jahren geführt hatten, aufgewachsen. Druck seitens seiner Eltern, dereinst den Betrieb übernehmen zu müssen, habe er zu keiner Zeit verspürt. Nun: Er lernte Koch – aus freien Stücken. Gearbeitet hat er «in den besten Häusern», um seine Karriere aufzubauen, wie er sagt. Unter anderem bei Frédy Girardet. «Er war streng, aber väterlich», erinnert er sich an den grossen Koch. Kompromisse

Foto: zsg



SIMON ANDEREGG

Er ist einer jener jungen Hoteliers, die den Mut haben, ein eigenes Hotel zu erwerben. Das «Victoria», das er seinen Eltern zu einem Marktpreis abgekauft und dann umgebaut hat, hat er vom Zwei- zum Drei-Sterne-Haus geführt.

der Umbau hat mich auch geformt», blickt er zurück. «Das war das interessanteste Jahr in meinem Leben.» Vielleicht auch deshalb, weil er in jenem Jahr auch heiratete. Seine Frau gebe ihm Sicherheit, «den Betrieb nicht allein führen zu müssen. Ohne meine Frau würde nichts laufen. Wir sind beide aus dem gleichen Holz geschnitten.»

«DER ERFOLG GEHÖRT ZUM LEBEN»

«Ich habe schon früh mitbekommen, was das heisst, wenn das Geschäft und die Familie miteinander

funktionieren müssen. Das war für mich keine negative Erfahrung. Im Gegenteil: Ich habe meine Eltern zu unkonventionellen Zeiten für mich beanspruchen können.» Deshalb sei es für Anderegges von Anfang an klar gewesen, dass sie im Hotel wohnen müssen, wenn sie es «mit Herzblut führen wollen». Dafür haben sie eine gute Lösung gefunden: Das Hotel ist um die Wohnung aufgestockt worden und per Lift erreichbar. «Ich kann meinen Kindern immer eine gute Nacht wünschen und drei Minuten später wieder im Speisesaal stehen.» Dieses «Switchen» zwischen Familie und Geschäft entspre-

che Anderegges. «Wir wissen auch um die Gefahr, die diese ständige Erreichbarkeit mit sich bringt, und wir haben uns vorgenommen, diese Situation zu verändern, wenn sich dadurch Probleme ergeben würden.»

Simon Anderegge, der sich als ruhig, zielstrebig und flexibel charakterisiert, zieht eine positive Bilanz seines jungen Lebens: «Ich habe in kurzer Zeit etwas erreicht, wovon ich früher geträumt habe.» Es sei wie so oft im Leben: «Wenn man für etwas kämpft und die Grundlagen stimmen, tritt der Erfolg ein. Der Erfolg gehört zum Leben. Er ist schön, erotisch und sportig an.»

Was sagen Sie zu ...

... **Banken?** Man muss die Banken als Partner sehen, sie transparent informieren und sie in die Geschäftspolitik miteinbeziehen.

... **Swissair?** Schade, schade, schade! Das Ausmass an Markenschwund ist noch nicht absehbar. Das hätte nie passieren dürfen.

... **Alpenregion Brienz Meiringen Hasliberg?** Ich bin froh, dass dieser Schritt zur Destination gemacht worden ist. Die Richtung stimmt.

... **sanftem Tourismus?** Ja, aber. Wir sind da zum Businessmachen, die Natur ist der Drehort. Doch wir müssen vorsichtig mit der Natur umgehen.

... **Gault Millau?** Kann ansprechen, aber kann auch Druck ausüben

... **Wirtschaftsethik?** Wir haben nicht nur das Profitdenken, unser kleines Unternehmen hat auch eine soziale Aufgabe. Solche Unternehmen sind langfristig stabiler. CK

Zur Person

Name: Simon Anderegge
Alter: 35

Wohnort: Meiringen
Lieblingssessen: Liebevolle Küche

Lieblingsgetränk: Rotwein und Caipirinha

Hobbys: Deltafliegen
Bevorzugter Ferienort: Amerika.

Lektüre: Die Biographie von Churchill
Aufsteller: Meine Familie

Abblöcher: Streit
Vorbild: Mein Vater

CK



Schweizer Hotelier-Verein Weiterbildung

Zur Zeit – im Übergang vom SHV-eigenen Weiterbildungsseminar zur anforderungsreichen HFP mit eidgenössischem Diplom – präsentiert sich das US wie folgt:

Das Original – neu gedacht Seminar SHV für Unter- nehmensführung

Hotel-Management- ausbildung für die Praxis

Situation

Im weltweit wachsenden Tourismus nehmen Hotellerie und Restauration als Schlüsselbranchen eine zentrale Rolle ein. Verantwortliche UnternehmensleiterInnen müssen sich sowohl auf die gesellschaftlichen Trends einstellen als auch Menschen als kompetente Führungspersonen leiten und dem hohen Tempo der Veränderung gewachsen sein. Sie haben auf verschiedenen Märkten erfolgreich zu sein und da vorausschauend zu operieren.

Problemstellung

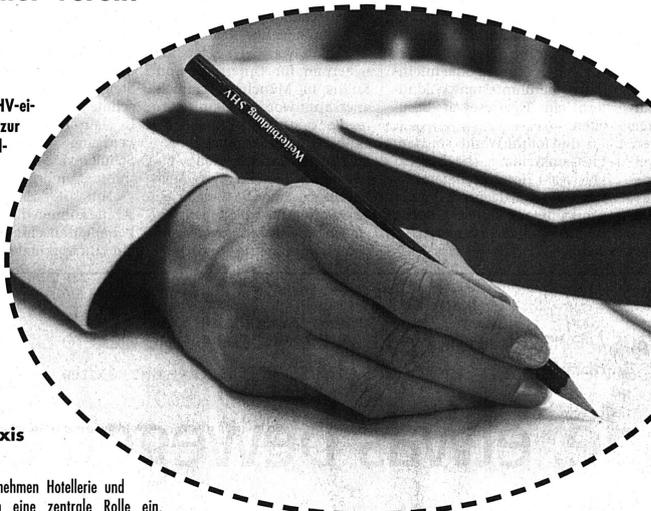
Kenntnisse über klassische Managementformen und traditionelle Unternehmensführung reichen nicht mehr zum Erfolg aus. Es geht heute darum, aktuelle Erkenntnisse auf die eigenen Gegebenheiten anzupassen wirkungsvoll in die Praxis zu transferieren.

Aufgabe

UnternehmerInnen sollen ihren Betrieb als Einheit erfassen und die einzelnen Teile und Energien aufeinander abstimmen. Sie erarbeiten individuelle, griffige Konzepte und bereiten die Umsetzung vor. Sie müssen die finanzielle resp. wirtschaftliche Stabilität des Betriebes sicherstellen und überwachen können. Dank der erworbenen Sicherheit im Umgang mit Kernkompetenzen im Sozial- und Methodenbereich schaffen sie die Voraussetzungen für eine rasche Implementierung im Betrieb. Die Entwicklung der Qualität im Unternehmen wird somit entscheidend gefestigt. Zusätzlich wird die Bildung von tragfähigen Netzwerken und Formen zur optimalen Nutzung individueller Ressourcen unterstützt.

Ziele

- Bei der Führung wenden die Teilnehmenden aktuelle Methoden und Techniken an, welche Potenziale fördern und entwickeln und die MitarbeiterInnen bei der Erreichung vereinbarter Ziele unterstützen. Dazu erstellen sie taugliche Konzepte.
- Marketing auf der strategischen Ebene enthält die aktiven Komponenten zur erfolgreichen Arbeit im Markt. Die Teilnehmenden verfügen über die Grundlagen zur Entwicklung einer unternehmerischen Denkhaltung für ein gesamthafes, Qualitäts orientiertes Unternehmensmanagement.
- Zur Planung und Kontrolle der ökonomischen Potenziale des Unternehmens sowie zur Erarbeitung Zukunfts sichernder betriebswirtschaftlicher Konzepte entwickeln die Teilnehmenden Betriebs spezifische Instrumente und Vorgehensweisen zur Steuerung des Betriebes und zur Evaluation der Ergebnisse.
- Die Teilnehmenden sind in der Lage, die Gesamtorganisation eines Betriebes so zu konzipieren, dass Infrastruktur und Abläufe die Basis für den langfristigen Erfolg bilden.



Zielgruppe

UnternehmerInnen, Unternehmer, hohe Kader mit eidgenössischem Diplom HF oder entsprechendem Ausweis (Hotelfachschule, eidg. Diplompriprüfung) und mehreren Jahren Führungserfahrung. Ebenfalls können in gewissen Bereichen zureichende Vorkenntnisse erfragt werden.

Form

3 Studiengänge zu 12–14 Arbeitstagen

- | | |
|------------------------------|---------------------------------------|
| Studiengang 1: Mensch | Management of Human Resources |
| Studiengang 2: Markt | Marketingstrategien für die Praxis |
| Studiengang 3: Mittel | Eigenes Finanzmanagement, Instrumente |

Kurze, aktuelle Inputs führen zur Erprobung des Gelernten anhand von Praxismodellen zusammen mit Unternehmerinnen und Unternehmern und zur Umsetzung von eigenen Konzepten.

Abschlussdiplom

Bis zur Anerkennung durch das BBT wird nach das SHV-Diplom verliehen. Dies erfolgt auf Grund von 6 unterschiedlichen Leistungen innerhalb der Kurse und von 4 Leistungen für die eigene Praxis mit Beurteilung nach fortschrittlichem Kreditpunkte-System.

Start des Zyklus 29: 3. April 2002 in Sigriswil

Information über Zulassung, Termine, Kosten und Kursinhalte erhalten Sie bei der untenstehenden Kontaktadresse vom Schweizer Hotelier-Verein in Bern.



HOTELA unterstützt
Ihre berufliche Weiterbildung

Für detaillierte Unterlagen, Anmeldungen oder Fragen wenden Sie sich bitte an:
Schweizer Hotelier-Verein
Weiterbildung, Postfach, 3001 Bern
Telefon 031 370 41 11, Telefax 031 370 42 62
www.weiterbildung-shv.ch

HOTELSCHULE LÖTSCHER
Grundlagen zum Erfolg
www.hotelschule-loetscher.ch

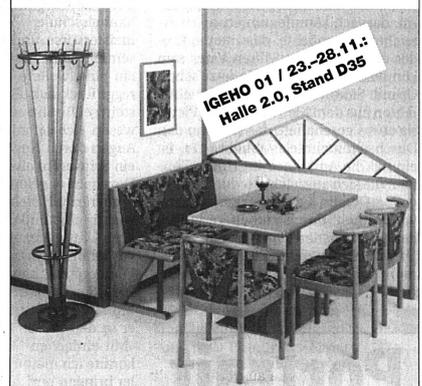
Sprachausbildung

an hervorragenden Schulen in
England USA Kanada Australien
Neuseeland Frankreich Italien
Tel 01/926 39 58 Fax 01/926 54 45
A+R. Frischknecht, Isenacher 13, 8712 Stafa
Internet: www.sprachausbildung.ch



ANZEIGEN

Leben... Wohnen... wohlfühlen



Möbel für Hotels und Restaurants

offiz. Werksvertretung Schweiz:
Pro Büro AG, 4153 Reinach
Telefon 061 711 99 55, Fax 061 711 99 17



137351/086450

Verbeulte Saucièren?

SILBAG AG
Grossmatte-Ost 24, 6014 Littau
Tel 041 259 43 43, Fax 041 259 43 44
Mail: silbag@tic.ch

Wir
reparieren
polieren
versilbern
...

ESTERMANN SCHWERZMANN

Gebt
Hotelaeinrichtungen + Bedarf
www.gastro-einrichtungen.ch
Gästezimmer-Möblierungen



Profimesser für Köche und Haushalt

Berufsmesser und Kochkoffer, in diversen Grössen und Ausführungen, von Victorinox dem Hersteller der weltberühmten Swiss Army Knives.

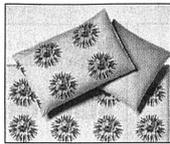
Hohe Schnitthaltigkeit und erstklassige Stahlqualität sind die herausragenden Merkmale der Victorinox-Produktepalette.



 VICTORINOX



EQUIP'HOTEL / Die dies-jährige Pariser Fachmesse wartete mit neuen Trends für Hotellerie und Gastronomie auf. SEITE 19



BETTWÄSCHE / Um das Wohlbefinden im Bett zu steigern, entwerfen Bettwäsche-Hersteller laufend neue Kollektionen. SEITE 21

Gastronomie & Technik

hotel+tourismus revue

KONJUNKTUR / KOF-Bericht verheisst nicht viel Gutes

Gastgewerbe unter Druck

Die von der Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) im Auftrag von GastroSuisse durchgeführte Umfrage im dritten Quartal 2001 brachte wenig Erbauendes an den Tag. 44,2 Prozent der befragten Gastwirte erwarten, dass sich ihr Absatz in Zukunft verschlechtern werde. Demgegenüber rechnen 40,8 Prozent mit einem gleich bleibenden Absatz und 15 Prozent mit einer Zunahme. Auch die Erwartungen bezüglich Umsatz und Ertragslage werden mehrheitlich negativ eingeschätzt.

Gegenüber dem Vorjahr haben 48,9 Prozent aller Umfrage-Teilnehmer ihre Leistungen schlechter absätzen können. Bei 45,6 Prozent ist der Umsatz laut KOF/ETH zurückgegangen. Weniger Erträge als noch vor einem Jahr beklagen 47,5 Prozent der Befragten.

56,6 Prozent aller befragten Hoteliers verzeichneten im dritten Quartal weniger Logiernächte als im Vorjahr. Gut die Hälfte aller Befragten erwartet auch in Zukunft weniger Übernachtungen. Vor allem bei den Logiernächten der ausländischen Gäste sei laut KOF/ETH aufgrund der stark verminderten Anzahl von Flugreisen von rückläufigen Zahlen auszugehen.

Über alle Branchen betrachtet geht die KOF/ETH davon aus, dass sich die Schweizer Konjunktur in den nächsten drei Monaten nochmals spürbar abschwächen werde. Bereits für das dritte Quartal habe sich ein deutlich schlechteres Konjunkturprofil gezeigt. DST

DEUTSCHLAND / Ergebnisse der Dehoga-Umfrage

Talfahrt in der Gastronomie

Die Talfahrt in der deutschen Gastronomie geht weiter. Dies geht aus dem aktuellen Konjunkturbericht des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga) hervor, in dem die Ergebnisse einer Befragung von 2700 Unternehmen zusammengefasst wurden. Danach beklagt eine klare Mehrheit der Befragten unbefriedigende Umsätze im Sommer 2001 und eine vielfach rückläufige Ertragslage. Auch die Terroranschläge in den USA am 11. September haben die Hotelkonjunktur einklinken lassen, betonte Dehoga-Präsident Erich Kaub. Gerade in den Ballungszentren mussten im September teilweise zweistellige Umsatzeinbußen verkrachtet werden. Auch für das Winterhalbjahr hat ein Grossteil der gastgewerblichen Unternehmer die Hoffnung auf eine baldige Trendwende aufgegeben. Nur jeder vierte Befragte (24,1 Prozent) geht von einer positiven Umsatzentwicklung aus. Die Gastronomie schneidet dabei schlechter ab als die Hotellerie. Die «Big Players» der Ketten- und Kooperationshotellerie sowie die Markengastronomie heben sich positiv vom Rest der Branche ab.

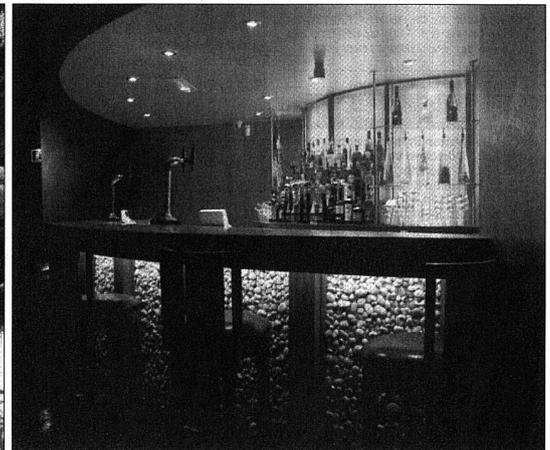
Als Hauptursachen für die schwache Konjunktur nennt der Verband die lähmende wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland, die Zurückhaltung der Verbraucher sowie die enorme Kostenbelastung durch die aktuelle Gesetzgebung. Die Dehoga fordert daher von der Bundesregierung eine Arbeitsmarkt- und Steuerpolitik, die ihre Augen nicht vor den Problemen des Mittelstands verschliesst. MAU

FOTOS: ZVG



«DEKADENT UND VERFÜHRERISCH»

Multikonzert aus Exotik, Gastronomie und Unterhaltung: Die Gäste sollen sich in die geheimnisvolle und verruchte Zeit des Nachkriegs-Indochina zurückversetzt fühlen.



LONDON / Das asiatisch-französische Gastronomie- und Unterhaltungs-Multikonzert «Opium» läuft nach einem Jahr – und auch nach dem 11. September – besser denn je. MARTIN J. PETRAS

«Opium»: Erfolg dank opulentem Exotik-Restaurant-Design

Die vielleicht bekannteste Einkaufsstrasse Londons, die Oxford Street, wird gastronomisch von Fastfood dominiert. Am meist überfüllten Shopping-Boulevard wird die endlose Reihe von Warenhäusern, Boutiquen, Schuh-, Jeans-, Souvenirs- oder Handy-Läden in regelmässigen Abständen nur von Burger-, Pizza- und Coffee-shop-Lokalen unterbrochen.

Ecke Oxford Street/Dean Street: In der Seitenstrasse, im Herzen von Soho, kehrt etwas Ruhe ein. Hat der Restaurantbesucher den kleinen und unauffälligen Eingang zum Bar-Restaurant «Opium» nicht verpasst, steigt er über eine enge Treppe und dann durch einen glänzenden goldenen Tunnel in eine völlig andere Welt hinab.

ATMOSPHERE AUS EXOTIK UND LUXUS

Einmal die Schwelle überschritten, taucht der Besucher in eine exotische Atmosphäre aus luxuriösem Indochina-Kolonialstil: dunkle Holzwände und -decken, gold- und lila-samte Sofas und Sessel unter Deckenventilatoren und mit goldenen Ornamenten dekorierte Holzpagoden. Und an den Wänden, vor glänzenden Goldtapeten,

exotische Dekorationen sowie vergilbte historische Indochina-Fotos – dazwischen eine goldene Shiva-Figur.

Als «dekadent und verführerisch» umschreibt Heath Ball, General Manager des «Opium», die opulente Inneneinrichtung: «Die Gäste sollen sich in diese geheimnisvolle und verruchte Zeit des Nachkriegs-Indochina zurückversetzt fühlen.» Die Einrichtung des Londoner In-Lokals trägt die Handschrift von Miguel Cancio Martins. Der in Paris wohnhafte Designer hat die bekannten Pariser Lokale «Buddha Bar», «Bar Fly» und «Man Ray» eingerichtet.

Im November des letzten Jahres eröffnet, avancierte das «Opium» innert kurzer Zeit zu einem der Abend-Treffpunkte, das öfter auch von «Stars und celebrities» aufgesucht wird. Mit seiner üppigen Exotik-Inneneinrichtung hebt sich das Lokal gänzlich ab von den sonst nüchternen, modernen Minimal-Design-Trendlokalen Londons.

Das «Opium» verfügt über rund 50 Sitzplätze sowie zwei Bars. Geöffnet ist es nur am Abend. In das französisch-vietnamesisch thematisierte Bar-Restaurant wurden insgesamt an die 700 000 £ (rund 1,7 Millionen Franken) investiert. Das «Opium» gehört zum

Gastronomie-Unternehmen des aus Hongkong stammenden Eric Yu. Zum Portfolio von «The Breakfast Group» zählen acht Betriebe in London, alle verschieden ausgerichtet.

GASTRONOMIE- UND UNTERHALTUNGSPAKET

Das «Opium» bietet einen Mix aus Exotik, Gastronomie und «New world»-Musik: Regelmässig treten bekannte DJs aus Paris wie auch französische «Chanteuses» auf. Das Konzept sei ein «Package», eine Mischung aus Bar, Restaurant und Dancing, erklärt Heath Ball: «Die Tische werden bis zu viermal pro Abend besetzt.» Die Gäste kämen zum Essen, zum an der Bar Verweilen, aber auch zum Tanzen oder einfach, um das aufregende Ambiente zu geniessen, ergänzt Ball. Es gebe keinen typischen «Opium»-Besucher, so der Restaurant-Manager weiter, alle Altersschichten fühlten sich angesprochen, allesamt Leute, die sich gerne schön anziehen und ausgehen möchten.

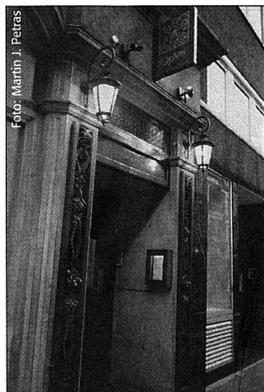
Und das lassen sich die Gäste auch etwas kosten: Der Bestseller unter den Hauptspesen der vietnamesisch-französischen Spezialitätenküche ist «Cari do bien», ein «Seafood and coconut

curry with jasmine rice», für 22,50 £ (rund 55 Franken). Es gibt eine französische und eine «World wine»-Weinkarte sowie eine sehr umfangreiche Spirituosen-, Cocktail-, «Decadent Cocktail» und Champagner-Karte. Der beliebteste Cocktail ist der «Opium-Martini», gemixt mit Himbeer-Sake, Crème de cassis und Ananassaft, für 9,50 £ (rund 23 Franken).

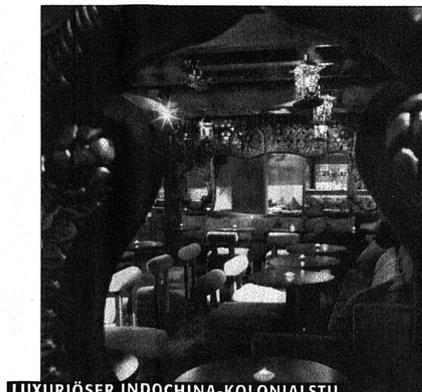
ERWARTUNGEN WURDEN WEIT ÜBERTROFFEN

«Wir wurden von Anfang an richtig überrannt», erzählt Heath Ball. Und selbst nach dem 11. September, in einer Zeit, in der die Londoner Hotellerie und Gastronomie-Branche bedeutende Umsatzeinbußen hinnehmen muss, hat das «Opium» offenbar nichts von seiner Attraktivität verloren. «Tische müssen meistens eine Woche im Voraus reserviert werden. Es kommen zwar weniger Reservationen von den Hotels», so Ball, «doch das Geschäft läuft bei uns besser denn je.»

Gemäss Heath Ball sind mit einem Wochenumsatz von rund 70 000 £ (geschätzter Jahresumsatz: rund neun Millionen Franken) die Erwartungen weit übertroffen worden.



«Opium», London: Diskreter Eingang.



LUXURIÖSER INDOCHINA-KOLONIALSTIL

Ein paar Schritte abseits der Oxford Street: Der Besucher taucht in eine andere Welt ein.



HESSER

UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

HABEN SIE EINEN BETRIEB ZU VERKAUFEN, ZU VERMIETEN, ZU FÜHREN - ODER SUCHEN SIE EINEN INTERESSANTEN BETRIEB?

UNSERE HOTLINE (Fr. 4.23 Min.) GIBT IHNEN EINEN ÜBERBLICK ÜBER UNSER VIELSEITIGES ANGEBOT
TEL. 0900 57 99 9 1

POSTSTRASSE 5, CH-8808 PFÄFFIKON
055/410 15 57 - 079/422 37 24
ODER TEL./FAX 055/410 50 13



Brülisau

Mitten im malerischen Dörfchen von Brülisau A1 in nächster Nähe der Talstation Luftseilbahn Hoher Kasten, umgeben von einer faszinierenden Bergwelt mit malerischen Wiesen und Wäldern ...

verkaufen wir das bekannte

Ausflugs- und Familienhotel Krone

mit 80 Betten, unterteilt in Einzel-/Doppel-/Dreier- und Viererzimmer sowie Massenlager mit teils Dusche im Zimmer oder Etagedusche, 250 Sitzplätze in Restaurant, Saal und die heimelige Kronenstube, 170 Sitzplätze im Gartenrestaurant sowie 1 p 5 1/2-ZW, 1 p 3 1/2-ZW und 3 p 1-ZW.

Interessanter Verkaufsrichtpreis.

Der Betrieb ist in gutem Zustand und kann sofort weitergeführt werden. Die Gelegenheit für ein dynamisches Unternehmerrpaar mit innovativen Ideen!

RE/MAX

Verwaltungs- und Baufinanz AG
9006 St. Gallen, Rorschacherstr. 114
079 207 70 82, www.remmax.ch

HCI
INTERNATIONAL

ZU VERMIETEN

INDUSTRIEQUARTIER
WALLISELLEN/ 4500m²

Bis anhin Cafeteria-Betrieb

- Open-plan Küche
- Self-Service Aufbau
- Modernste Infrastruktur
- Flexible Raumaufteilung
- Flexible Nutzung

Für weitere Auskünfte:
Frau Nadja Hochreutner

hcige@hci.ch
Quali Gustave-Ador 62
1207 GENÈVE
Tel. +41 22 707 07 07

hcioh@hci.ch
Uraniasstrasse 14
8001 ZÜRICH
Tel. +41 1 218 60 60

INNOVATION

Einwohnergemeinde Brienz

Strandbad

Die Einwohnergemeinde Brienz verpachtet das Strandbad Brienz, umfassend das Strandbadgelände inklusive Veloparkplatz sowie Restaurationsbetrieb mit ca. 40 Plätzen im Restaurant/Wintergarten und 40 Terrassenplätzen. Das Strandbad inkl. Badeaufsicht und der Restaurationsbetrieb ist jeweils in der Zeit vom 1. Mai bis 30. Oktober, 9.00 Uhr bis 19.00 Uhr, offen zu halten. Bewerbungen sind bis Freitag, 7. Dezember 2001 einzureichen an: Strandbadkommission Brienz, Peter Zumburn (Natel: 079 351 47 37), Kommissionspräsident, Lindenhofweg 14, 3855 Brienz. Auf Anfrage wird vor der Bewerbungsfrist eine Besichtigung des Strandbades und die Erläuterung des Pachtvertrages ermöglicht.

Brienz, 8. November 2001

Der Gemeinderat
Strandbadkommission

144534/416573

Wir suchen ein

Garni zum Pachten

im Kanton Graubünden, in einem Wintersportort.

Für Offerten und Informationen
091 993 35 49.

144633/416631

activ gastro ✓

Zu verkaufen:

Kleinhotel am Thunersee
Seeanstoss, Restauration 130 Sitzplätze,
28 Hotelzimmer, Renovationsbedürftig
Total 2476 m², 5700 m², attraktiver Verkaufspreis
Auskunft: Activ Gastro GmbH
Balmlihusstrasse 19, 4515 Oberdorf
Tel. 032 822 60 80, Fax: 032 754 31 04
info@activgastro.ch

P. 144633/204747

MFH mit Restaurant

Rappi SG (Der Einstieg)
Wir suchen Ehepaar für unser Rest.
Beteiligung oder Miete-Kauf
möglich.

Interessiert? 01 687 27 70

P. 144635/287280

Wallis Randa 10 km vor Zermatt.

Zu verkaufen

Hotel mit Restaurant

18 Zimmer/32 Betten, Restaurant 76 Pl.,
Lärchen-Stübel 25 Pl., Speise-/Bankett-
saal 80 Pl., Sonnenterrasse 40 Pl., mo-
derne Hotelküche, 5 1/2-Zi-
Dachwohnung,
Garagen, Autoabstellplätze,
Kinderspielfeld, ein Golfplatz in der
Nähe des Hotels ist projektiert.

Spezialpreis: Fr. 1 260 000.-

Bauland 1921 m² -
Erweiterungsmöglichkeit
Umbauter Raum 4252 STA/m²
Gebäudeversicherung Fr. 2 500 000.-

Auskunft 079 628 21 44 oder
027 934 21 24
http://www.rhone.ch/zenkony

144266/416600

Zu verpachten auf den 1. April 2002 oder nach Übereinkunft an Gastronom

Stättlicher Landgasthof

in der Nähe von Solothurn an der Hauptstrasse.

Das weit über die Region hinaus bekannte Restaurant verfügt über diverse Stuben und Säle sowie einen schönen Sommergarten und hat viele Parkplätze. Der Betrieb ist auf dem neusten Stand eingerichtet.

Melden unter Chiffre 037-F-167394, Publicitas AG Solothurn, Postfach, 4501 Solothurn.

P. 144487/382708

Zu verkaufen

Restaurant in Solothurn

Stockwerkeigentum, gute Bausubstanz, in regionalem Einkaufszentrum mit Grossverteiler gelegen, sehr gute Einkaufsfrequenz.

Konzeption: für Selbstbedienung und bedienten Service geeignet, offene Küche
Sitzplätze: 85 im Lokal, 40 auf der Terrasse
Parkplätze: ausreichend vorhanden
Baujahr: 1995

Mindest-Eigenkapital: CHF 250 000.-

Interessenten melden sich bitte unter: 032 625 95 24

P. 143984/416579

Zu verkaufen oder zu vermieten

Gourmet-Restaurant

Auf dem Lande 15 Minuten von Zürich.

Sehr erfolgreicher Betrieb dank weitherum bekannter Gourmetküche. Garantiertes Geschäftserfolg bei Weiterführung der Top-Qualität. Sehr hohes Umsatzvolumen. Geeignet für ambitionierten und anspruchsvollen Küchenchef. Idealer Ehepaar-Betrieb mit kleinem Team. Wunderschöne Gaststube und Küche bestens eingerichtet. Hervorragendes Inventar. Ungeköndigtes Personal. Heimelige Wirtwöhnung. Personalzimmer. Interessantes Finanzierungsmodell. Anfrage von Direktinteressierten unter gastrotop@hotmail.com.

144637/416653

Gastro-Betrieb

Im Herzen der Stadt Bern Gastrobetrieb zu verkaufen:

- geeignet für Restaurant, Coffee-Shop
 - Take-away
 - Erdgeschoss, 90 m²
 - günstige Miete, betriebsbereit
 - Übernahmepreis nach Vereinbarung
- Schriftliche Offerten an Chiffre U 005-145487, an Publicitas AG, Postfach 7621, 3001 Bern.

P. 144636/382708

Hotel*, Zürich Zentrum**

(Aktiengesellschaft) zu verkaufen erstklassiger Zustand, tiefes Fremdkapital.

Preis (Ertragswert) Fr. 11 Mio.

Solvente Kaufinteressenten und Vermittler mit konkretem Kaufmandat erhalten Auskunft unter Chiffre 144323, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

144323/416504

Zu vermieten

Berghaus Taverne Jaunpass

Lebhafter Betrieb, Restaurant 60, Saal Self-Service 80, Terrasse 120 Sitzplätze. 4-Zimmer-Wirtwöhnung, Personalzimmer, Massenlager. Direkt neben Skilift auf der Passhöhe 1500 m. Übernahme 1. Mai 2002.

Anfragen an:
Fritz Hutmacher
Sulegstrasse 4, 3800 Interlaken
E-Mail: Fritz@lotschberg.ch

144614/16420

Geschäftsführer/Hotelfachmann (48 J.), dipl., Heidelberg, sucht:

Hotel/Hotel garni

ab 30-80 Zimmer

- zur Pacht
- aktive Beteiligung
- Kauf v. AG mit Mietvertrag

Kurzfristige Übernahme möglich. Deutschschweiz erwünscht.

Angebote: Tel. 0049 7131 - 800 14
Fax 0049 7131 - 620196

382569/144516

Eine einmalige Chance zur Selbständigkeit
In Göschenen, dem Tor zum Süden, dem Ausgangspunkt zu diversen Alpenpässen, dem Eingang zum idyllischen Göschener-Altalpe verkaufen wir
Hotelbetrieb
44 Betten, unterteilbarer Saal mit 74 Sitzplätzen, Gastwirtschaft mit 24 Sitzplätzen, Sonnenterrasse mit 40 Plätzen,
4-Zimmer-Wohnung, Parkplätze, usw.
Verkaufspreis Fr. 700 000.-
Eine einmalige Gelegenheit, sich den Wunsch zur Selbständigkeit erfüllen zu können. Möchten Sie mehr über dieses interessante Angebot erfahren?
Rufen Sie uns an und vereinbaren Sie mit uns einen Besichtigungstermin.
Peter Walker Immobilien-Treuhand AG
6460 Altdorf
Tel. 041 872 02 40
mail@walker-immobilien.ch
www.walker-immobilien.ch

Pächterpaar oder -familie gesucht!

Per sofort oder nach Vereinbarung schönes Restaurant evtl. Pizzeria zu vermieten:

- Saal mit Bühne
- Saal und Gartenwirtschaft
- grosser Parkplatz

Zwischen Rütli ZH und Eschenbach SG.
Telefon 079 420 34 89

144638/416655

Zu verkaufen (evtl. zu vermieten)

Restaurant

An zentraler Lage in Bern

ca. 100 Plätze; grosse Stammkundschaft

Weitere Anfragen unter Chiffre 144668, hotel + tourismus, Postfach, 3001 Bern.

144668/395082

Gelegenheits-Kauf!

Für initiatives Hotelier-Paar/Investor in der Zentralschweiz ab sofort zu verkaufen

*****Hotel-Liegenschaft**

ca. 26 Betten, Spezialitäten-Restaurant mit Terrasse, Wirtwöhnung, Personalzimmer, Parkplatz und Wohnungen.

Es melden sich bitte nur solvente Käufer unter Chiffre 135267, hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

135267/75426

Wir verkaufen im Tessin diverse Pensionen, Hotels, Restaurants. Gute Lagen zu interessanten Preisen. VP: ab 750 000.- bis 7 Mio. ... und weitere 700 Objekte im Verkauf.

RE/MAX Lago Maggiore Lugano
Minisale Tel. 091/744 64 46 Fax 743 20 40
Lugano-Messaggio Tel. 091 960 20 00 Fax 960 20 00

**Einmaliges Bijou auf schönster
Sonnenterrasse in schneesicherem
Ferienparadies**

Im Auftrag zu verkaufen auf die Wintersaison 2001/2 ein 1990 erstelltes und bestens eingeführtes

****** Hotel in Topzustand**

Der Betrieb umfasst:

- 21 Hotelzimmer und Suiten mit grossem Komfort und Balkon
- Restaurant mit 46 SP, Gourmet-Stübel mit 60 SP
- Sonnenterrasse mit über 100 SP, separate Bar mit 25 SP
- Spielraum, Fitnessraum, Whirl-Pool, Sauna, Leseraum, Solarium, Massageraum
- 2 1/2 Zimmer-Wohnung

Ruhige Lage, obschon nur 1 Minute vom Bahnhof und Dorfzentrum entfernt. Direkt am Ende der Skipiste gelegen
Das schönstgelegene Hotel im Chaletstil des weltberühmten Ferienortes!

Kaufpreis unter Ertragswert. Es kann durchaus als interessante Kapitalanlage erworben werden.

Notwendiges Eigenkapital mind. CHF 800'000.-
Anfragen sind zu richten an: Jürg Zumkehr, Unternehmensberatung, 3800 Interlaken Tel. 033 822 63 84 Fax 033 823 63 88

**Über Internet
und nette Gäste.**

Abonnieren und inserieren: Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

SWISSCOM-UMTS / Mobil-Telefonie der dritten Generation

Vorerst auf 2003 verschoben

Das Warten auf die dritte Mobilfunkgeneration UMTS hält an. Swisscom rechnet mit einem grossflächigen kommerziellen Start frühestens im Jahr 2003.

Bis Ende 2002 werde Swisscom nach eigenen Angaben voraussichtlich eine UMTS-Infrastruktur aufgebaut haben, die eine Abdeckung von 20 Prozent gewährleiste. Damit sei die Auflage vom Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) an alle vier UMTS-Lizenzneh-

mer in der Schweiz erfüllt. Die Konkurrenten Orange und Sunrise halten eine grössere kommerzielle Einführung von UMTS im Jahr 2003, beziehungsweise für Ende 2002 für realistisch.

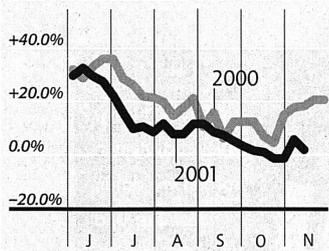
Der einstige Hoffnungsträger UMTS steht nach Einschätzung von Experten einer ungewissen Zukunft gegenüber. «Wie sich mit der dritten Mobilfunkgeneration grosse Umsätze generieren lassen, ist unklar»,

erklärt etwa IT-Experte David Rosenthal. Noch würden falsche Vorstellungen über UMTS und was es den Nutzern bringen soll, vorherrschen. Um die hohen Investitionskosten zu decken, sollten UMTS-Anbieter Anwendungen entwickeln, die ein breites Publikum ansprechen, so Rosenthal.

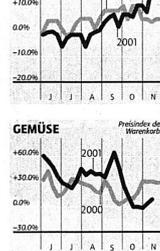
Die UMTS-Lizenzen waren in einem Auktionsverfahren am 6. Dezember 2000 vom Bund zugeteilt worden. *sda/CM*

PRODINDEX 12. 11. BIS 17. 11. 2001 Bezugsmonat des Warenkorbs: Dez. 95; Quelle: Prodega

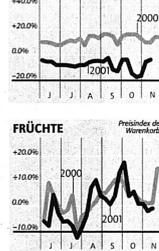
SCHWEINEFLEISCH Preisindex des Warenkorbs



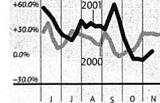
KALBFLEISCH Preisindex des Warenkorbs



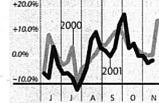
RINDFLEISCH Preisindex des Warenkorbs



GEMÜSE Preisindex des Warenkorbs



FRÜCHTE Preisindex des Warenkorbs



KURZ UND BÜNDIG

BetriebsleiterInnen Gastronomie.

Der nächste Vorbereitungslehrgang für «Eidg. dipl. BetriebsleiterIn der Gemeinschaftsgastronomie» beginnt am 6. März 2002 und dauert bis zum 25. Januar 2003. Offizieller Anmeldeschluss ist der 30. November 2001. Zurzeit sind gemäss dem Schweizer Verband für Gemeinschaftsgastronomie (SVG) noch wenige Plätze frei. *DST*

Auskünfte: SVG, Postfach 411, 4800 Zofingen, Tel. 062 751 85 65, E-Mail: sp.stich@bluewin.ch

AOC-Bestimmung gilt auch für Abfüllung.

Ein AOC-Brantwein muss im entsprechenden Herkunftsgebiet abgefüllt werden. Dies hat das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) entschieden und eine entsprechende Einsprache gegen die AOC-Bestimmungen für den Walliser Williamsschnaps abgewiesen. Beim AOC-Anerkennungsverfahren für den Brantwein «Eau-de-vie de poire du Valais» hatte sich ein Einsprecher gegen die Auflage gewehrt, dass das Produkt auch im betreffenden Gebiet abgefüllt werden muss. *sda/DST*

Carlsberg stärkt Standort Schweiz.

Die Carlsberg Breweries errichten die Leitung der neuen Region Europa am

Sitz der Feldschlösschen-Getränkegruppe in Rheinfelden. Im Rahmen der neuen Konzern-Führungsstruktur von Carlsberg umfasst die Region Europa ab dem 1. Dezember die Ländergesellschaften in Deutschland, Italien, Portugal und der Schweiz. Geleitet wird die Region Europa von Lars Fellman. *DST*

Chick'n'more auf Expansionskurs.

Die 1999 vom Schweizer Marc-Antoine Cornaz gegründete Fast-Food-Kette Chick'n'more verfügt in der Schweiz bereits über zehn Betriebe. Im Dezember sollen weitere Outlets in Bern und Basel folgen. Im kommenden Jahr soll der Sprung nach Zürich erfolgen. Langfristig sei zudem die Expansion über die Schweizer Grenzen hinaus vorgesehen. Chick'n'more bietet einerseits Natura-Poulets aus Schweizer Bauernhöfen und andererseits vegetarische Gerichte an. Dabei wird weder konserviertes noch gefrorenes Fleisch verwendet und gar nichts frittiert. *DST*

Aroma Café auch in Basel.

Am 15. November ist in Basel das bisher vierte Aroma Café in der Schweiz eröffnet worden. Die anderen Standorte der zum McDonald's-Konzern gehörenden Aroma-Kette befinden sich in Zürich, Rümlang und Bern. *DST*

LESEBAR

Chocolat. Was das Autorenteam «auf-tischt», steigert den optischen und vor allem den kulinarischen Genuss, ohne dass fundiertes Wissen verloren geht.



Die Rezepte reichen von der Trüffelorte bis zum Pouletbrüschchen an Mole poblano. Aufgelockert wird die kulinarische Schokoladen-Reise durch zahlreiche Abstecher in die Vergangenheit und in die Gegenwart: die Kakaobohne in der Geschichte, Botanik, Produktionsländer, Schokoladenpioniere, Schokoladenproduktion, Handel, Tipps und Tricks für gutes Gelingen. *DST*

128 Seiten, ISBN 3-907108-46-9, 34 Franken, Midena & Fona Verlag GmbH, Lenzburg

Vanille – Gewürz der Göttin. «Königin der Gewürze» nannten die Eroberer



Mexikos die Vanille, deren Schoten aus den Blüten einer Orchidee gewonnen

werden. Und sie macht ihrer edlen Herkunft alle Ehre: Die blumige Würze der schwarzen Stängel bezaubert auch heute noch ebenso, wie sie es schon zu Zeiten der Azteken tat. Dass man mit dem in der Dessertküche wohl am meisten verwendeten Gewürz nicht nur Süßes lieblich abrunden, sondern auch manchem pikanten Gericht eine exotisch-raffinierte Note verleihen kann, beweist Annemarie Wildeisen mit über 70 Rezepten in diesem Buch. In 100 Farbfotos werden alle Rezepte, die Pflanze und Stimmungen aus Madagaskar, einem ihrer Hauptanbaugelände, gezeigt. *DST*

128 Seiten, ISBN 3-85502-751-X, 48 Franken, AT Verlag, Aarau

Essen & Geniessen. 150 Adressen von Beizen und Restaurants im Schweizer Mittelland, also in den Kantonen Bern,



Solothurn, Freiburg und Jura, stehen im soeben erschienenen Gastroführer. Laut Autorin Elsbeth Hobmeier sind nicht Punkte oder Sterne wichtig, sondern der «Wohlfühlfaktor» eines jeden Lokals. Dieses wird in Text und Bild beschrieben. *DST*

144 Seiten, Hochformat, 20 Franken, zu bestellen bei der BZ-Billett-Zentrale Bern, Zeughausgasse 14, 3011 Bern, Tel. 031 327 11 88

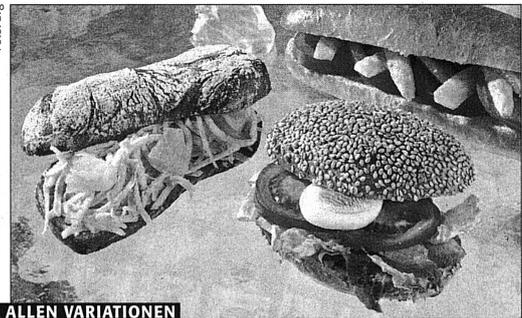
BROT / Grossteil wird inzwischen ausser Haus konsumiert

Mehr als bloss eine «Hülle»

Laut Schweizerischer Brotinformation ist das Sandwich die wohl bekannteste Form der Ausser-Haus-Verpflegung, bei der Brot eine zentrale Rolle spielt. Das Brot im Sandwich trage zu einer gesunden Ernährung bei. Es enthält lebenswichtige Mineralstoffe wie Eisen, Kalium, Magnesium oder Kalzium. Weiter liefere Brot Kohlenhydrate in der zu bevorzugenden komplexen Form.

Sandwichs seien bei der jungen Generation mitunter beliebt, weil sie dank dem Brot lange sättigen und trotzdem günstig sind. Ein gutes Vollkornbrot enthalte zudem besonders viel Nahrungsfasern, welche in hohem Mass zu einer gesunden Verdauung beitragen. *DST*

Foto: zvg


IN ALLEN VARIATIONEN

Brot ist auch im Sandwich gesund.

NOSER-INOX



Besuchen Sie unseren **Stand C18 in Halle 2.1** oder verlangen Sie unseren neuen kompletten Prospekt **Gastronomie Kochgeschirr NOSER-INOX.**

Noser-Inox AG präsentiert an der IGEHO die neuen Sauteusen **FUTURA** aus Mehrschichtmaterial, sowie das komplette Sortiment an **Gastronomie Kochgeschirr.**

Noser-Inox AG, Postfach, 5452 Oberrohrdorf
 Telefon 056 496 45 12, FAX 056 496 58 66
<http://www.noser-inox.com> eMail: info@noser-inox.com

Hygiene und Reinigung

zum Thema Geld sparen:

www.tischtuch.ch



Ein Mausklick zum Mäusesparen.

vanBaerle

Mit individuellen Hygienebausteinen sorgen wir dafür, dass **Sie** und **Ihre Gäste im Rampenlicht bleiben!**



van Baerle & Cie AG

Schützenmattstrasse 21 4142 Münchenstein
Tel. 061 4159111 Fax 061 4159222
<http://shop.vanbaerle.ch>

Hygiene-
Sicherheit mit
System

Dafür garantieren wir bei:

Securité
d'hygiène
avec
système

Nous la garantissons pour:



The Service Company

Henkel-Ecolab AG
Kriegackerstrasse 91, 4132 Muttenz
Tel. 061/466 9 466 Fax. 061/466 9 444
E-Mail ch-orderdesk@henkel-ecolab.ch

DR.SCHNELL
QUALITÄT UND SERVICE



Jetzt NEU in der Schweiz:
für professionelles
Beratungsteam von DR.SCHNELL



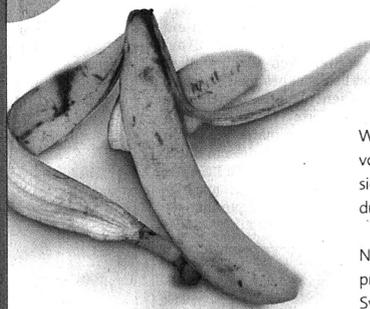
"Ich hab'
ein Rezept
für appetitliche
Sauberkeit!"

Professionelle Grossküchenhygiene –
Produkte und modernste Dosiergeräte, Service und Schulungen.
Mehr Optik - mehr Leistung - mehr Sicherheit.

DR.SCHNELL CHEMIE GmbH – Zweigniederlassung Kloten · Oberfeldstrasse 26 · CH-8302 Kloten
TEL 01/8 04 44 77 · FAX 01/8 04 44 78
e-mail: info@drschnell.ch · Internet: www.drschnell.ch

Möchten Sie Ihr Inserat auch auf dieser Sonderseite plazieren? Wir beraten Sie gerne!
hotel+tourismus revue, Anzeigen-Verkauf, Telefon 031 370 42 27, Fax 031 370 42 23

Weniger Risiko in der Küche !



Weil Sie mit Suma Küchenhygiene von DiverseyLever auf Nummer sicher gehen: Einfach in der Anwendung, leistungsstark im Resultat.

Nähere Informationen über die professionelle Küchenhygiene mit System erhalten Sie unter:
Telefon-Hotline 0800 81 27 27
E-Mail: hotel.ch@diverseylever.com

Besuchen Sie uns
an der IGEHO in Basel:
Halle 1, Stand C 78

Hotel Careplan



DiverseyLever



Schweizer Hotelier-Verein

EQUIP'HOTEL / Was vor zehn Jahren noch als jährlich stattfindende Megamesse abließ, hat sich inzwischen zu einer alle zwei Jahre durchgeführten Spezialmesse für Hotel- und Restaurantausstattung entwickelt. **KATJA HASSENKAMP**

Multifunktional, ästhetisch, praktisch

Nachdem die Hotelketten der Equip'Hotel bereits vor Jahren den Rücken gekehrt haben, sind nun auch nahezu alle F&B-Firmen zum internationalen Foodtreff SLAL (Salon International de l'Agroalimentaire) und zum Lyoner Sirha (Salon International des Métiers de Bouche) abgewandert. Mit der geplanten Dekorations- und Designmesse «Room», die Mitte März 2002 erstmals in Paris stattfinden soll, dürfte eine weitere Veränderung der Equip'Hotel programmiert sein. Credo der 45. Equip'Hotel war die Multifunktionalität. Hotelzimmer, Lobby und

Restaurant sind nicht mehr eindeutig zweckbestimmt, sondern müssen den wechselnden Ansprüchen der Gäste gerecht werden. Das Zimmer ist Schlafstätte und Wohnbereich zugleich und integriert zudem einen technologisch aufgerüsteten Arbeitsplatz, ohne jedoch auf die Fitness-Facilities zu verzichten. Die traditionelle Lobby avanciert zum vielseitigen Aufenthaltsraum mit Shoppingabteilung, Bartheke und Business-Corner, und das Restaurant bietet intime Weisamkeit, ohne deshalb auf die Kontakte fördernde Table d'hôte zu verzichten.

Bei «T'AI KEN» können die Twinbetten spielend leicht zu einer gemütlichen Couchceche verschoben werden, wobei die Rollen sich bei Belastung blockieren und die Betten zu fest stehenden Möbelementen werden. Der Sitzpuff verwandelt sich kinderleicht in ein Zusatzbett und die Fläche des ovalen Schreibtisches mit flachem Bildschirm und Laptop-Steckern kann durch ein ausklappbares Unterteil verdoppelt werden. Der Jacuzzi verfügt über eine Massagegutsche und ist Dampfbad zugleich, während Bad und Toilette auf ein Minimum reduziert wurden. Gesamtfläche des multifunktionalen Hotelzimmers: 25,2 m² (www.taiken.be).

spielhaft für das Hotel der Zukunft sein, wo jeder nach seinem Rhythmus die unterschiedlichsten Serviceleistungen rund um die Uhr in Anspruch nehmen kann. Der Restauranttisch steht bei der Barecke und das Ruhebett neben dem Arbeitstisch mit Computer, der vis-à-vis von der Einkaufsboutique platziert ist. Diese wiederum liegt neben Food- und Getränkeautomaten, über denen eine Mikrowelle angebracht ist, und überall laden weiße Samtmöbel zur Rast (www.agencetwin.com).

Auch das Konzeptrestaurant Luca vom Architekten Jean-Philippe Nuel will unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht werden und lädt mit einem hohen langen Gemeinschaftstisch – er wird optisch noch durch eine Spiegelwand verlängert – zu animierter Runde. In den Ecken hingegen liegen kreisrunde Sitzbänke mit hoher Lehne, die für ein intimes Dinner geeignet sind und auch ein wichtiges Geschäftessen vom Treiben des Restaurants abschirmen.

Dabei kommen qualitativ hoch stehende Materialien zum Einsatz – Edelhölzer, Leinen, Leder. Die Beltrami-Badehandtücher aus der neuen «fibrà di legno» liegen daher im Trend. Es handelt sich um eine Holzfaser, die durch die Bearbeitung von Zellulose gewonnen wird. Sie ist weicher und leichter als Baumwolle und hat einen seidigen Glanz (www.beltrami.it).

Aber auch die abwaschbaren Textiltischdecken von Duni werden hohen Ansprüchen gerecht und wirken vor allem in Leinenausführung wie echte Stoffdecken. Zugleich sind sie praktisch, denn bei aller Ästhetik müssen die Materialien auch pflegeleicht sein. Die Tellerserie «Finger Clean» von J. L. Coquet aus Limoges wird dieser Forderung besonders gerecht, denn der weiss emailierte Teller hat einen matten Biskuitrand, auf dem keine Fingerabdrücke zu sehen sind. Der Effekt wird durch einen zweiten Emailiervorgang erzielt, wodurch es auch möglich wird, einen Namenszug oder ein Logo in den Rand zu pausen.

VOM HOTELZIMMER ZUM KONFERENZRAUM

Gediegen wirkt das rustikale Hotelzimmer des Atelier du Vercors, das in knapp 15 Minuten in einen Konferenzraum verwandelt werden kann: Das Doppelbett klappt nach Aktivierung der Fernsteuerung in den Schrank, der Schreibtisch wird ausgeklappt zum Konferenztisch, um den bis zu sechs Klappstühle Platz haben, und der Koffertänder verschwindet ebenfalls zusammengeklappt hinter dem Vorhang (www.atelierduvercors.com).

Der für die Messe konzipierte Cocoon Club der Agentur Twin hat ebenfalls multiple Facetten und soll bei-

Foto: Katja Hassenkamp



RESTAURANT-KONZEPT LUCA

Der lange Gemeinschaftstisch wird optisch durch eine Spiegelwand verlängert.

Am Rande der Messe aufgepickt

Wer hat nicht schon einmal seine Ausrüstung für das Handy zu Hause vergessen und vergeblich nach einem passenden Equipment gesucht? Mit dem Handylader «Yap» von der französischen Firma Snef gehören solche Sorgen der Vergangenheit an. Yap ist für alle Teletypen geeignet und ermöglicht, die Geräte in rund 15 Minuten aufzuladen. Hoteliers und Gastwirte können den Preis für das Aufladen selbst festsetzen und die einzelnen Ladeschubladen durch einen Code zugänglich machen. Das Gerät hat vier Ladeschubladen und einen Münzautomaten. Es ist 65 cm lang, 22 cm breit und 31 cm hoch, kann an der Wand befestigt oder als freistehender Automat installiert werden und wird an eine

normale 220-Volt-Steckdose angeschlossen.

Mit dem drahtlosen «Megaservice» von Europrodif soll ein anderes leidiges Problem gelöst werden: Wie bekomme ich den Kellner an den Tisch, um eine neue Flasche Wein zu bestellen oder die Rechnung zu verlangen? Längst sind die Küchenchefs mit den Kellnern über vibrierende Handys oder eine elektronische Anzeige verbunden. Jetzt kann auch der Gast durch einen Knopfdruck auf sich aufmerksam machen. Ein Lichtzeichen meldet, welcher Kellner an welchem Tisch verlangt wird. Das beschleunigt die Bedienung und erhöht die Tischrotation. Parallel dazu meldet ein anderes Lichtzeichen dem Kellner, wann die Essen fertig

sind, was unnötige Wege erspart. Im Klartext bedeutet das eine bessere Rentabilität und zufriedener Kunden (www.europrodif.com).

Erhöhte Hygiene und vereinfachte Mülltrennung wird durch den neuen Abfallerimer «Triselec» von Stiona garantiert, der heuer mit dem Innovationspreis Apria ausgezeichnet wurde. Das Prinzip ist einfach: ein kompaktes Innoxteil mit drei farblich unterschiedlichen Einfüllöchern aus abnehmbarem Plastik (Metall, Plastik und Papier, Lebensmittelabfälle), unter denen drei ebenfalls unterschiedliche Mülltüten von je 110 Litern befestigt sind. Triselec wird mit feststellbaren Rädern geliefert und kann auch nach Sondermassen angefertigt werden. **HAS**

LEADERS CLUB / Der 1993 gegründete Verein hat sich die Förderung der innovativen Gastronomie auf die Fahne geschrieben. **KATJA HASSENKAMP**

Konzepte für Europa

Erklärtes Ziel des französischen Leaders Club ist es, innovative Restaurantkonzepte zu promoten und beispielhaft für die Branche darzustellen. Darüber hinaus versteht sich der 1993 gegründete Verein als Brücke zwischen Gastwirten und Foodindustrie, um neue Bedürfnisse in der sich ständig entwickelnden Restaurantszene rechtzeitig aufzuzeichnen und den sich wandelnden Erwartungen der Endverbraucher gerecht zu werden. Was ursprünglich auf Frankreich beschränkt war, hat inzwischen jenseits des Rheins einen Ableger bekommen: Der Leaders Club Deutschland wurde Anfang Oktober 2001 gegründet und hat bereits 50 Mitglieder.

Wichtigste Aktion des Leaders Club ist die alljährliche Verleihung der Leaders Palmen, mit denen ausgefallene neue Restaurantkonzepte ausgezeichnet werden. Dabei werden neben Konzepten in Stadtzentren auch freistehende Restaurants – bätiment solo – im periurbanen Umfeld berücksichtigt. Nahezu alle französischen Mode-Adressen sind ehemalige Leaders-Ge-

winner, wobei die Palette von den Pariser Megarestaurants Buddha Bar und Barrio Latino bis zu den Ketten Hippopotamus und El Rancho und den Bioeinheiten Odji (siehe htr Nr. 30 v. 27. Juli 2000) und Bio.it (italienischer Biofood) reicht. Die nächste Preisverleihung findet am 19. März 2002 im Rahmen der Pariser Messe «Restauration Demain» statt.

PROBLEM DER PERSONALFLUKTUATION

Darüber hinaus veranstaltet der Club thematische Treffen, um anhand der Erfahrungswerte einzelner Mitglieder Lösungen für gemeinsame Probleme aufzuzeichnen. Im Rahmen der Equip'Hotel kamen Personalprobleme – es fehlt auch in Frankreich an ausgebildetem Personal und die Fluktuation guter Kräfte ist extrem hoch – zur Sprache; es wurde über die schwindende Rentabilität in Krisenzeiten debattiert und auf die anhaltenden Lebensmittelkandale und die prekäre Lebensmittelsicherheit eingegangen.

Allein die Zahlen für die Fluktuation machen die Unterschiede zwischen den einzelnen Konzepten deutlich: In der Pariser Gruppe Les Frères Blanc mit der Restaurantmarke Chez Clément und den Brasserien Chez Jenny und Au Pied de Cochon wechselt das gesamte Personal jedes Jahr (100 Prozent); bei den in Nordfrankreich angesiedelten Mikrobrauereien Les 3 Brasseurs liegt der Prozentsatz hingegen nur bei 15 Prozent.

A und O ist die Ausbildung, denn auch die thematische Gastronomie findet heutzutage keine Fachkräfte mehr, zumal die Absolventen der Hotelfachschulen für einen Job im Themenrestaurant nicht unbedingt die richtigen Voraussetzungen mitbringen. Je nach Konzept wird dabei kontinuierlich mit einem Chefkellner ausgebildet (Buddha Bar), oder in täglichen 30-Minuten-Kursen (Chez Cochon). Bleibt das Problem der Fluktuation der ausgebildeten Kräfte, dem wohl nur durch interessante Gehälter begegnet werden kann.

Anzeige

Einladung

an die

IGEHO

The world of hospitality
Messe Basel.

23. bis 28. November 2001

LA CIMBALI

Kaffeemaschinen

Nr.1 weltweit

Besuchen Sie uns in der
Halle 2.1 am Stand G 10

Wir freuen uns auf Sie!

VASSALLI SERVICE AG/SA

Jungholzstrasse 43	ch, Gérard-de-Ternier 10
8050 Zürich	1213 Petit-Lancy 1 (Geneve)
Telefon 01 / 302 64 65	Téléphone 022 / 792 29 18
Fax 01 / 302 81 61	Fax 022 / 793 82 19

www.vassallia.ch cimball@vassallia.ch



Hautverträgliche Reinigungsmittel

Unser Wohlbefinden wird zu einem Grossteil durch unser grösstes Organ, die Haut, gesteuert. Durch Umwelt-, Ernährungs- und andere Einflüsse breiten sich immer mehr Allergien aus. Auch aus diesem Grund sollte man Produkte, die intensiv mit der Haut kontaktieren, z.B. Wasch- und Reinigungsmittel, mit grosser Sorgfalt wählen. Dabei ist das Wissen hilfreich, das es jetzt für die Verträglichkeit selbst von empfindlicher Haut, neu dermato-

logisch geprüfte Mini-Risk-Allzweckreiniger, -Handgeschirrspülmittel und -Weichspüler von Henkel gibt. Ihre Produktion ist eine Folge des grossen Erfolges bei der Einführung der Mini-Risk-Voll- und -Buntwaschmittel Megapersils und -Gel im April 2001. Diese Waschprodukte wurden in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Allergie- und Asthma-Bund entwickelt.

www.minirisk.ch
www.Leshop.ch

Rivella – unzertrennliche Verbindung

Rivella und Swiss Ski: zwei unzertrennliche Partner. Denn auch in der kommenden Wintersaison engagiert sich die Getränkeproduzentin stark für den Skisport. Rivella rot ist das offizielle

Getränk aller Schweizer Skinaltmannschaften. Auch die beliebten und bekannten, durch den Schweizerischen Ski-Verband organisierten «Rivella Family Contests», stehen nach wie vor unter dem Patronat der Rivella. «Der Skisport und Rivella sind eine glückliche Verbindung, und wir werden auch diesen Winter die «Skinati» zu sportlichen Höchstleistungen motivieren. Swiss Ski wie Rivella bleiben hervorragende Botschafter für einen starken Wintersport», so Franz Felder, Leiter Sports und Events. Rivellas Credos für den Sport widerspiegeln sich in mehreren sportlichen Agreements. Neben den Ski-Nationalmannschaften ist Rivella rot auch das offizielle Getränk der Schweizerischen Olympia-Mannschaften, der Fussball-Nationalmannschaften sowie des Schweizerischen Leichtathletikverbandes.

Rivella AG
Industrieweg 14
4852 Rothrist
Telefon 062 785 41 11
Fax 062 785 44 36
rivella@rivella.ch
www.rivella.ch

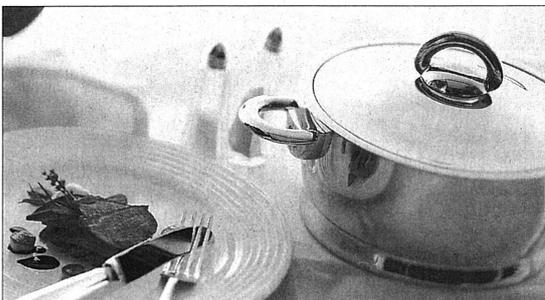


Kuhn Rikon – 75 Jahre Erfolg

Die Kuhn Rikon AG ist führende Herstellerin von hochwertigem, weltweit exklusivem Kochgeschirr. Das Unternehmen in Familienbesitz hat seinen Hauptsitz im Tösstaler Rikon, unweit Winterthur, verfügt über eigene Niederlassungen in Deutschland, England, Spanien, den USA und Singapur sowie über ein dichtes Netz lokaler Agenten und Importeure. Geschichte schrieben der legendäre Duromatic-Schnellkochtopf, der 1949 auf den Markt kam und die Exporttätigkeit auslöste, das doppelwandige Kochgeschirr Durotherm, das 1975 seinen beispiellosen Siegeszug durch die Küchen antrat und der Schnellkochtopf

Durotherm timax, mit dem 1994 die Elektronik Einzug auf den Kochherd hielt. Am Donnerstag, 11. Oktober 2001 startete das neue TV-Koch-Quiz von Betty Bossi. Die Sendung heisst «al dente» und wird auf SF2 in der Hauptsendezeit ausgestrahlt. Für ein fachmännisches und professionelles Garen, Kochen und Braten sorgt die Durotherm-Serie von Kuhn Rikon – Star der neuen TV-Sendung.

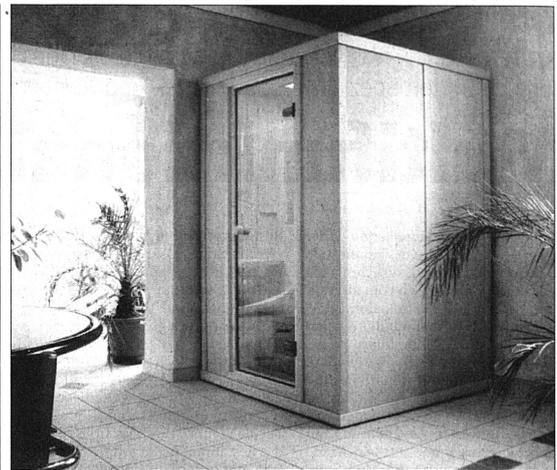
Kuhn Rikon AG
8486 Rikon
Telefon 052 396 01 01
Fax 052 396 02 02
kuhnrikon@kuhnrikon.ch
www.kuhnrikon.ch



Fruchtige Verführungen von Cinzano

Das Sortiment von Cinzano ist um drei Produkte reicher. Der erfrischend leichte Spumante Cinzano Asti und die sonnig fruchtigen Wermuts Cinzano Orancio und Limetto bringen diesen Herbst einen Hauch von Sommer zurück. Ganz neu prickelt auf dem Schweizer Markt der Spumante Cinzano Asti. Heimat dieses fruchtigleichten und alkoholfreien (nur 7% vol) Marken-spumantes ist die gleichnamige piemontesische Stadt Asti. Ausschliesslich ausgereifte Muskat-Trauben werden nach einem speziellen Verfahren fermentiert. Frisch auf dem Schweizer Markt auch die neusten Wermutsorten Cinzano Limetto und Cinzano Orancio. Die Kombination italienischer Weine mit dem Aroma sonnengereifter Orangen und Zitronen verwöhnt die Geniesser das ganze Jahr hindurch mit einem Hauch von Sommer. Der meistgetrunkene Apéritiv überhaupt, der Wermut, kann auf eine lange Tradition zurückblicken und taucht immer wieder in der Literatur und in Filmen auf. Seit der Gründung des Hauses Cinzano im Jahre 1757 begeistern die Produkte aus Italien Geniesser auf der ganzen Welt.

Campari Schweiz AG
Baarerstrasse 94
6302 Zug
Telefon 041 768 09 68
Fax 041 768 09 69
www.campari.com



Sanatherm – gezielte Infrarotstrahlung

Die Infrarot-Tiefenwärme ist anregend und gesundheitsunterstützend. Sie fördert das gute Aussehen und Wohlbefinden in jedem Alter. Nicht jede Infrarotkabine bringt die individuell einstellbare Strahlung wie die in der Schweiz hergestellten Sanatherm-Produkte. Ein Infrarotbad muss als angenehm empfunden werden. Deshalb beträgt in der Sanatherm-Kabine die Strahlungswärme nur 50° C. Dazu ist die Infrarotstrahlung durch

zuschaltbare Heizquellen gezielt auf körperliche Problemzonen einstellbar. Die Infrarot-Tiefenwärme löst Verspannungen und lindert Nacken-, Rücken-, Gelenk- und Muskelschmerzen. Die Kabine ist an jeder 220-V-Zimmersteckdose ansteckbar.

Sanatherm
8037 Zürich
Telefon 01 272 48 48
oder 0730 Uznach (SG)
Telefon 055 280 47 41



Rémy Martin – perfekte Harmonie

Seit Jahrhunderten gilt die Verbindung eines grossen Cognacs mit einer guten Zigarre als Liebesheirat schlechthin. Denn im Duett der beiden Genussmittel entstehen füllige, runde Aromen von Honig, Kaffee und Schokolade, die Gaumen, Geist und Seele auf feurige Art und Weise betören. Dank der fast unerschöpflichen Aromapalette des «Extra» aus dem Hause Rémy Martin lässt sich dieser elegante Franzose mit verschiedenen Zigarren kombinieren. Geschätzt wird primär die markante Verlängerung des Genusses. Auf der einen Seite wirkt der Cognac noch

intensiver, und auf der anderen Seite bleibt die Zigarre deutlich würziger in Erinnerung. Diese Kombination ist nicht zuletzt ein ideales Geschenk für die Feiertage. Denn eines ist garantiert: Eine Flasche Rémy Martin «Extra» zusammen mit Zigarren wird nicht nur als raffiniertes Geschenk in Erinnerung bleiben, sondern auch für genussvolle Momente sorgen.

Detting & Marmot Distributions AG
Korporationsweg 15
8832 Wilen b. Wollerau/SZ
Telefon 01 787 45 45
Bestell-Service Telefon 01 787 45 46

Carlsberg-Bier – erstmals in der Schweiz gebraut

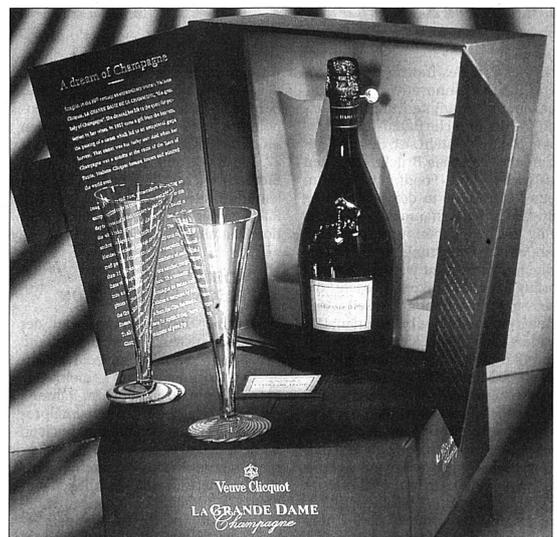
Historischer Tag für die Feldschlösschen-Getränkegruppe: Kürzlich ist in Rheinfelden erstmals Carlsberg-Bier für den Schweizer Markt gebraut worden. Bereits führen in der Schweiz gegen 1000 Gastwirtschaftsbetriebe die Premiummarke Carlsberg. Die Hopfen-gabe in die Würzpfanne mit den ersten 28 700 Liter Carlsberg, die in der Schweiz nach Originalrezept aus Kopenhagen gebraut wurden, nahm der CEO der Feldschlösschen-Getränkegruppe, Erwin Flückiger, persönlich vor. Nach dem ersten Sud gärt und lagert nun das Bier während 20 Tagen, bevor es Anfang November in Container für den Offenausschank abgefüllt wird. Die Brauerei Feldschlösschen füllt bereits seit sieben Monaten Carlsberg für den Schweizer Markt ab. Das Bier wurde bisher mit Bahnzisternen aus Dänemark importiert. In den nächsten Monaten wird auch die Produktion von Flaschen- und Dosenbier, das bisher aus Dänemark angeliefert wurde, nach Rheinfelden verlegt.

Feldschlösschen-Getränkegruppe AG
Theophil Roniger-Strasse
4310 Rheinfelden
Telefon 061 833 40 00

La Grande Dame 1993 in der Geschenkbox

Mehr als ein Genuss – ein wahres Privileg ist die aussergewöhnliche Cuvée La Grande Dame 1993 aus dem Hause Veuve Clicquot Ponsardin. Eine kraftvolle Persönlichkeit. Eine bestechende Kombination aus Reinheit und Komplexität, aus Feinheit und Leidenschaft, aus Eleganz und Struktur. Ein ungewöhnlicher Champagner, der intensive Sinneserlebnisse verspricht. Weshalb sich und seinen Freunden diesen wahren Luxus nicht gönnen? Zwei Champagnergläser – fein genug, um die Farbe und den Reigen der tanzenden Schaumperlen perfekt zur Geltung zu bringen – begleiten das edle Getränk in der Geschenkbox und versprechen glückliche Augenblicke. La Grande Dame – ein Champagner für festliche Anlässe dem kaum jemand widerstehen kann. Hinterden sprühenden Blasen, die so froh und sanft in den Gläsern prickeln, werden alle Versprechungen des bevorstehenden Genusses wahr. Auf dass sie aus der La Grande Dame hervorsprudeln, auf dass sie getrunken werden!

Veuve Clicquot (Suisse) SA
Telefon 022 939 37 37

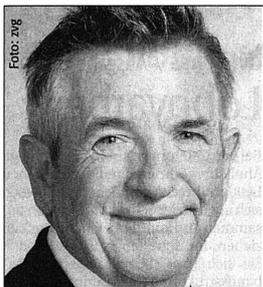


ANDI STUTZ / «Seidenkönig»
von Fabric Frontline

INTERVIEW: LORE KELLY

Zum Träumen anregen

Seit 1980 bürgen die drei Geschwister Stutz und ihr Seidenhaus Fabric Frontline für unverkennbares Textildesign in höchster Qualität. Die berühmtesten Modeschöpfer lassen sich für ihre Kollektionen von den luxuriösen Stoffkreationen aus Zürich inspirieren.



Andi Stutz: «Ökologie ist wichtig.»

In welcher Bettwäsche schläft es sich am besten?

In Bonjour of Switzerland, designed by Fabric Frontline. Aber das ist Unsinn. In dieser Bettwäsche träumt sich's zwar am besten, schlafen tut sich's aber immer gut in natürlichen Materialien, in Baumwolle und im Sommer in Leinen. Fabric Frontline und Bonjour Switzerland bietet ihren Kunden Luxus pur: Schweizer Baumwolle, Schweizer Druck-Kunst, feinste Bettwäsche für Menschen, für die nur das Anspruchsvollste im Bett gut genug ist.

Früher gab's knallige, aufdringliche Muster. Da hat man vor lauter Muster den Menschen im Bett nicht mehr gesehen.

Wie gesagt, Bettwäsche sollte zum Träumen und zu Kreativität im Bett anregen. Muster müssen edel und schön sein, aber auch in weisser Bettwäsche liegt man nie falsch.

Bettwäsche hat sich in den letzten Jahren zum Design entwickelt. Woher kommt der Wandel?

Es gibt Gott sei Dank immer mehr Menschen, die sich im Bett mit Schönheit umgeben wollen. Diese Schönheit soll auch Qualität sein – eine Liaison für mindestens ein halbes Leben.

Welchen Stellenwert hat bei Ihren Stoffen die Ökologie?

Ökologie ist wichtig. Stoffe gehen an die Haut, sie sollen schmeicheln.

Was ist das Wichtigste bei der Bettwäsche für das Hotelzimmer?

Die Qualität. Ich war kürzlich in einem Hotel in Italien und konnte in Bettwäsche aus reinem Leinen schlafen. Das ist Luxus pur.

Welche Materialien finden Sie am besten?

Baumwolle, Leinen oder Baumwolle mit Seide gemischt.

Wie soll man Bettwäsche pflegen?

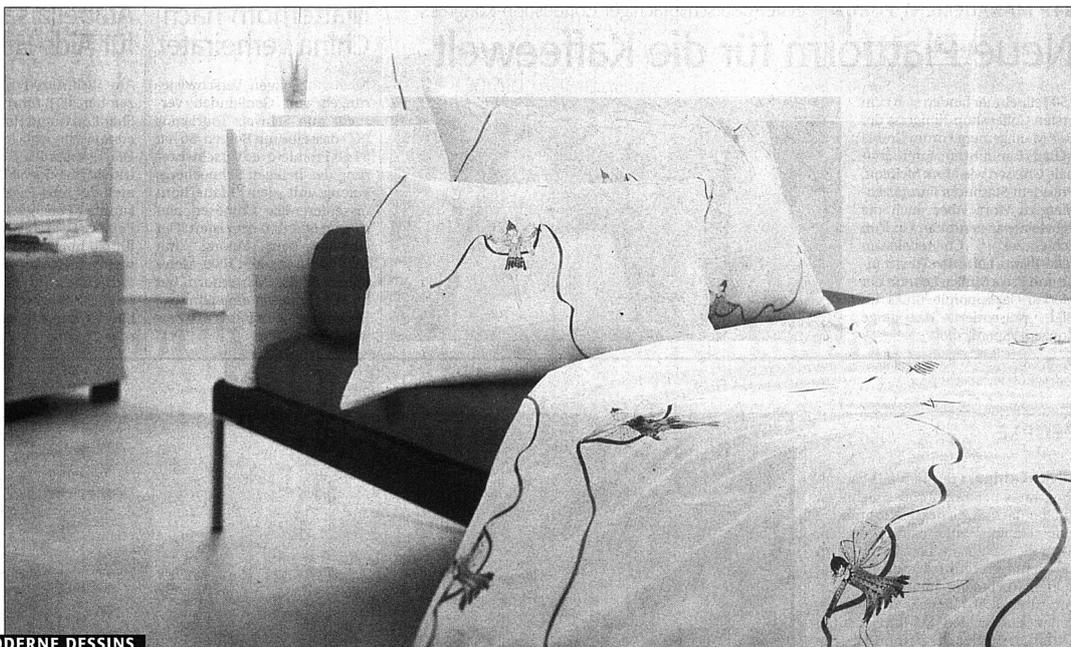
Die Bettwäsche muss mit 60 Grad waschbar sein und sollte sich leicht bügeln lassen.

Wohin geht der Trend des Designs in Zukunft?

Im Trend ist immer beste Qualität. Design ist eine Frage des Geschmacks – es soll immer anspruchsvoll und zeitlos sein.

Bettwäsche-Hersteller: Christian Fischbacher, Mövenstr. 18, 9015 St. Gallen-Winkeln, Tel. 071 314 66 66; Bonjour Switzerland, Tössstr. 15, 8488 Turbenthal, Tel. 052 396 22 22; Andi Stutz, Fabric Frontline, Ankerstr. 118, 8004 Zürich, Tel. 01 241641 55; Schlossberg Switzerland, 8488 Turbenthal, Tel. 052 396 23 23; Schwob AG, Leinenweberei Burgdorf, Tel. 034 428 11 11; Leinenweberei Bern AG, Bern, Tel. 031 340 85 85; Kächele, Hotel- und Gaststättenausstattung, Laichingen

Fotos: ztg



MODERNE DESSINS

Die jüngste Kollektion von Schlossberg soll zum Fantasieren anregen.

BETTWÄSCHE / Längst hat sich das Bett in vielen Hotels vom einfachen Ruhelager zu einer Oase des Wohlbefindens entwickelt. Bettwäsche-Hersteller entwerfen laufend neue Kollektionen. **LORE KELLY**

Kreativität im und um das Bett

Ein Drittel unseres Lebens verbringen wir schlafend. Grund auch für den Hotelier, beim Kauf oder beim Leasingvertrag viel Wert auf die Wahl des Bettes und der Bettwäsche zu legen. Wehe, die Betten namhafter Hotels oder empfohlener Pensionen entsprechen nicht den Erwartungen. Spart der Ho-

telier am Gesamtzustand des Bettes oder am Bettzeug, so kann der Gast an die Decke gehen.

Ein bei jeder Bewegung laut knarrendes Holzbett etwa kann zum wahren Weckinstrument werden, zumal, wenn man bedenkt, dass die meisten Menschen ihren Körper vierzig- bis

fünfzigmal in einer Nacht in eine andere Lage bringen. Flüssigkeit wird abgegeben. Rund einen halben Liter Schweiß verdampfen wir Nacht für Nacht in Betttuch, Decken und Matratze. Da Nachthemden und Schlafanzüge immer mehr aus der Mode kommen – viele Menschen schlafen nackt –, ist das ein ziemlicher Stress für Bettwäsche und Matratze. Jene Matratzen, die tiefe Gruben aufweisen, bleiben unvergessen. Das Bett ist ein Orientierungspunkt auch im Hotel.

Vielleicht liegt es am Wetter: Wo die Sonne nicht viel scheint, will man wenigstens im Bett etwas Fröhliches, meint Thomas Boller, Inhaber der Bettwäsche-Firma Bonjour. Bettwäsche ist trendig geworden und sieht schon jede Saison anders aus.

Gegenwärtig lösen dezente Dessins die in den letzten Jahren dominierenden farbenfrohen Bettüberwürfe und Bettwäsche ab. Weiss erlebte eine subtile Renaissance. Jedoch nicht nüchtern distanzierend und kühl, sondern beinahe romantisch. Unterschiedliche Strukturen kombiniert wie Waffelpiqué im Wechsel mit grafischen oder floralen Damastgeweben beleben und tragen zu dieser romantisch verspielten Subtilität bei. Karl Häberli, Leiter der Abteilung Bettwäsche von Christian Fischbacher in St. Gallen, sieht den Trend für Bettwäsche im Hotelbereich in Richtung mehr Individualität. Reine Baumwolle wird sich durchsetzen. Für ihn muss die Bettwäsche der Hotelzimmer den Preisen entsprechen.

SCHWEIZER SIND BETTWÄSCHEMUFFEL

Die Auswahl an Bettwäsche ist enorm, unser Kaufbedürfnis aber eher bescheiden. Die Schweizer sind eigentlich Bettwäschemuffel. Pro Jahr gibt ein Schweizer Haushalt im Durchschnitt nur rund 130 Franken für Bettwäsche aus. Die Hersteller entwerfen laufend neue Kollektionen mit den ausgefallensten Dessins, und auch die Materialien werden ständig verfeinert.

«Die Geschmäcker sind bei der Wahl der Bettwäsche verschieden. Die Südländer mögen weisse, üppig verzierte Wäsche mit Rüschen, Spitzen und Stickereien. Von der Schweiz an nordwärts ist dagegen Farbe gefragt.

GESUCHT: DIE PFLEGELEICHTIGKEIT

Für Hoteldirektor Adrian Stalder vom Hotel Saratz in Pontresina gibt es zwei Seiten im Thema Bettwäsche: die des Gastes und die des Betriebes. Für den Betrieb ist das Handling sehr wichtig, die Pflegeleichtigkeit. Der Stoff sollte einen gewissen Scheuerwert haben. Trotz vielem Waschen sollte er Schönheit ausstrahlen, und das Gewebe sollte nicht aufgeraut werden. Der Gast erwartet, dass die Bettwäsche sauber und bequem ist und sich angenehm auf der Haut anfühlt.

«Die luxuriöseste Art der Bettwäsche ist das Leinen. Es ist von der Pflegegemöglichkeit her gesehen nicht so optimal. Leinen leisten sich vor allem die Fünfternhotels. Der Bügelwand ist grösser als für Baumwolle», erklärt Stalder. Ausserdem werde das Material sehr schnell rupfig. In den Betten des Hotels Saratz findet der Gast hochwertige, weisse Baumwolle mit elegantem Webmuster, die geleast ist und in einer zentralen Wäscherei gewaschen wird. Hier wird auf die Ökologie geachtet. Mit dem Schlusswasser wird der erste Wäschgang der nächsten Wäsche gewaschen. Das Wasser hat einen geringen Schmutzgrad und ist bereits warm. Der Wäschetunnel ist deshalb deutlich ökologischer.

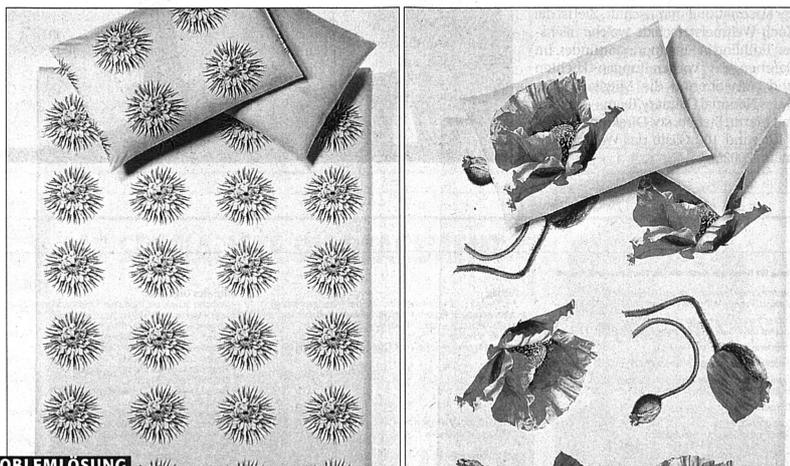
Neue Trends in der Bettwäsche

Die Kollektion für den Herbst 2001 von Schlossberg regt an zum Fantasieren, zum Eintauchen in eine Welt der schönen Bilder. Schlossberg verarbeitet erstklassige Garne zu Textilien, die lange haltbar, zeitlos und leicht zu pflegen sind.

Mit der neuen Kollektion bietet das Traumpaar Fabric Frontline und Bonjour Switzerland für jedes Problem eine Lösung: Selbst wer alleine schläft, kann die «Königin der Nacht» bei sich zu Bett haben. Wer wegen der schönen Bettwäsche Mühe mit Einschlafen hat, wählt für sich die Mohnblume. Ihr wird eine narkotisierende Wirkung nachgesagt.

Auch Christian Fischbacher befriedigt mit seiner Bettwäsche-Kollektion höchste Ansprüche. Die Wäsche ist

aus feinsten, reiner Baumwolle und Seide. Weichfließende bedruckte Satins und Jerseys bilden die Schwerpunkte der Kollektion. Auf dem bügel-freien, weichen Jersey strahlt das Leben unter Wasser. In weiss oder zartem Vanille mit Grau lassen Streifen in Computer-Art grossflächige Blumen auf Jersey blühen. Die hohe Kunst des Aquarellierens verleiht fein gezeichneten Blumen in frechen Flieder-Rosé-Variationen besonderes Flair. Zum Thema eleganter Purismus wurde ein streng grafisch umgesetztes Kaschmirmuster auf champagnerfarbenem Feinbatist mit Satinkaro kreiert. Die Hauptrolle in der Kollektion spielt Satin. Die Stoffe besitzen höchste Beständigkeit bezüglich Materialqualitäten und Design. **LK**



PROBLEMLÖSUNG

Selbst wer alleine schläft, kann jetzt die «Königin der Nacht» (links) bei sich im Bett haben. Moonblumen (rechts) sollen eine narkotisierende Wirkung haben. (Bonjour Switzerland)

B+P MANAGEMENT FORUM / Erster deutschsprachiger Coffeeshop-Kongress
Neue Plattform für die Kaffeewelt

150 Teilnehmer fanden sich zum ersten Coffeeshop-Kongress der B+P Management Forum GmbH in Bad Homburg ein. Internationale Grössen wie Mark McKeon, Präsident Starbucks Europe, kamen zu Wort. Aber auch die Schweiz war vertreten: Gudrun Schlenzcek, Chefredaktorin Café-Bistro, hatte den Vorsitz inne und Erika Müller, Leiterin der Merkur-Gastronomie (links im Bild), präsentierte das junge Konzept «Spettacolo».



Matterhorn nach China verheiratet

Nach unzähligen Verschwie-rungen von Gemeinden versus nun Schweiz Tourismus (ST) dasselbe mit Bergen. So hat ST als Premiere die Verschwie-rung des heiligen Schneebergs Yulong mit dem Matterhorn inszeniert. Die Chinesen reagieren offenbar begeistert: Der Himalaya-Berg Yulong, mit 5596 Metern über 1000 Meter höher als das Matterhorn, hat für die Chinesen eine ähnliche Bedeutung wie für uns der Zermatter Hausberg. DOS

Arabella sammelt für Aids-Hilfe

Am Welt-Aids-Tag, am 1. Dezember 2001, führt das Arabella Sheraton Grand Hotel Frankfurt erstmals die Gala for Life durch. Die Einnahmen aus den Eintrittskarten der 300 Gäste kommen der Aids-Hilfe zugute. Bekannte Persönlichkeiten aus Politik, TV und Kultur werden für ein hohes Spendenaufkommen sorgen. Der Betrag für die Aids-Hilfe wird auf eine sechsstellige Zahl geschätzt. Gala for Life ist der zweitgrösste deutsche Charity-Event. CK

ZITAT DER WOCHE

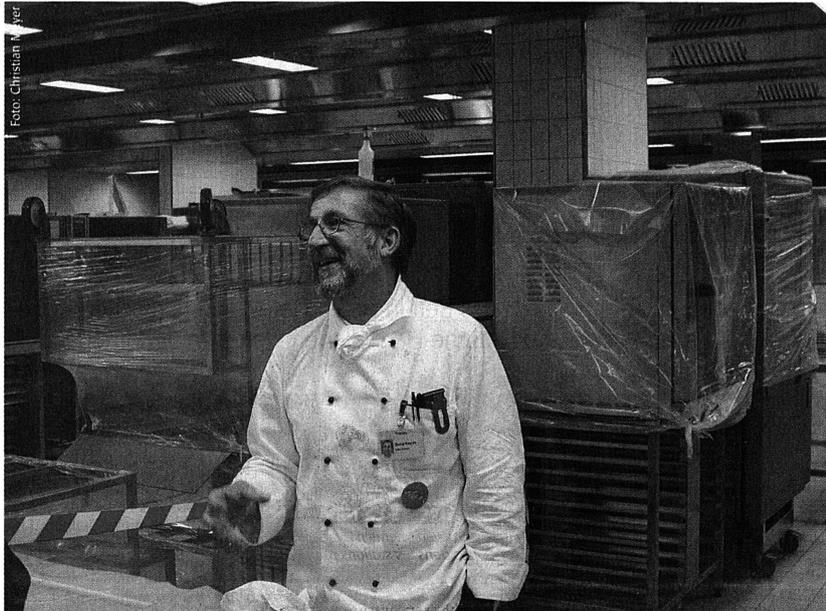
«Wir müssen die Amerikaner erst noch davon überzeugen, dass sich Wein hervorragend zum Essen eignet.»

Margrit Biever Mondavi von der kalifornischen Robert Mondavi Winery im Interview auf Seite 2

PEOPLE

Silvio Catrina, Präsident des Verwaltungsrates der Brambrüeschbahn, ist an der letzten Generalversammlung von seinem Posten zurückgetreten. Auch die Stadt Chur hat sich aus dem Verwaltungsrat zurückgezogen. Sie hat keinen Nachfolger für den aus dem Verwaltungsrat ebenfalls ausgeschiedenen ehemaligen Stadtpräsidenten **Christian Aliesch** nominiert. Die Rücktritte sind auch vor dem Hintergrund der finanziellen Schwierigkeiten zu sehen; der Verwaltungsrat hat bei der Stadt einen weiteren Zuschuss in der Höhe von 350 000 Franken beantragt. Die Mittel sollen den Betrieb in der Zeit bis zur Abstimmung über die Volksinitiative von «Pro Brambrüeschbahn» garantieren. TRU

Bernd R. Maesse (38) zeichnet neu als General Manager des «Main Plaza» der Althoff Residences verantwortlich.



Neue Küche im Berner Inselehospital. Georges Knecht, der Leiter Verpflegung des Berner Inseleospitals (im Bild), steht vor dem entscheidenden Schritt: Ab Ende November müssen in der neuen Zentralküche des Berner Kantonsspitals täglich gegen 5000 Mahlzeiten für die Patientinnen und Patienten sowie für das Spitalpersonal zubereitet werden. Allein mittags werden rund 100 Mitarbeiter 600 bis 700 warme Mahlzeiten für die Patienten zubereiten und portionieren, die anschliessend in Warmhaltewagen auf die Krankenabteilungen transportiert werden. Die neue Zentralküche umfasst gegen 1500 Quadratmeter; deren Inbetriebnahme stellt den Abschluss der zweitletzten Etappe eines mehrjährigen Bau- und Sanierungsprogrammes dar. Komplettiert wird die Reorganisation der Verpflegung durch eine neue Geschirr- und Wagenwaschanlage auf rund 400 Quadratmetern. Die letzte Etappe beinhaltet nun den Bau eines Personalrestaurants auf dem Dach des Inseleospitals. CM

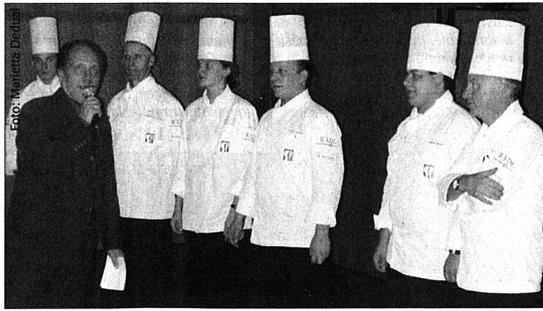
Das neueste Haus der Althoff Hotels & Residences in Frankfurt wurde Anfang Oktober planmässig eröffnet. Der staatlich geprüfte Hotelbetriebswirt betreute zuvor das erste Fünf-Sterne-Dorint-Hotel, den Quellenhof in Aachen. DOS

Nach 16 Jahren verlässt **Fredy Rey** auf Ende April 2002 den Direktorenposten des Luzerner Verkehrshauses und wird Vorsteher des kantonalen Verkehrs- und Tiefbauamtes. Rey verwirklichte das Imax-Filmtheater, den Fesselballon Hüfleyer sowie das neue Planetarium und trug damit zum Erfolg des meistbesuchten Museums der Schweiz bei. DOS

Der Schweizer **Gérard Rabaeu**, Star-koche des Drei-Sterne-Lokals «Le Pont de Brent» oberhalb von Montreux am Genfersee, kocht noch bis Ende Dezember für die Fluggäste der First- und Business-Class von Lufthansa. Rabaeus exquisite Menus sind Teil des Konzepts «Star Chef», des 1998 geschaffenen Programms «Connoisseurs on Board», mit dem Lufthansa die Bequemlichkeit und das Wohlbefinden ihrer Passagiere auf Langstreckenflügen steigern will. DOS

THUN / Die Schweizer Kochnationalmannschaft an der HGF
Topfit für WM in Singapur

Mit ihrem durchaus hohen Trainingsniveau überzeugte die Schweizer Kochnationalmannschaft an der Höheren Gastronomie- und Hotelfachschule (HGF) in Thun. «Wir leben den Teamgeist, stellen uns gemeinsam den Aufgaben und verfolgen alle dasselbe Ziel», lautet die Team-Philosophie der Schweizer Kochnationalmannschaft. Ziel ist die Koch-Weltmeisterschaft, welche nächsten Frühling in Singapur stattfindet. Im Rahmen der Vorbereitungen kochten und präsentierten die Mitglieder des Swiss National Culinary Teams – im Bild mit Martin Steffen, stv. Direktor der HGF – für rund 100 Gäste das Weltmeistermenü 2002. MD



GV::SWISS / Ausgabe 09/01

Lobbyarbeit

Bei den Caterern ist Lobbying angesagt: Ähnlich wie in anderen europäischen Ländern bereits geschehen, schliessen sich auch in der Schweiz die Caterer zusammen, um künftig an einem Strick zu ziehen. Im neuesten gv::swiss können Sie sich über die europäischen Verbandsstrukturen im Catering-Business



informieren. Weiter gibt eine Recherche Einblick in die jüngsten Entwicklungen bei den Schweizer Militärkantinen. Ein Erfolgskonzept im Business Catering liefert der Zürcher Frauenverein (ZVF) mit dem Cityport in Oerlikon. Und: Die Igeho-Ausgabe ist gespickt mit News zu dieser internationalen Gastronomie-Messe. GSG

CAFÉ-BISTRO / Ausgabe 08/01

Wienerisch

Café-Bistro hat sich in der österreichischen Coffeeshop-Szene umgeschaut: Auch in Wien steckt noch vieles in den



Kinderschuhen. Einen Überblick über erfolgreiche Konzepte liefert die neueste Ausgabe des Café-Bistro. Exklusiv weiter: Die Igeho-News mit Fokus auf Kaffeemaschinen und Co. sowie mit exklusiven Tipps zu trendigen Cafés in Basel. GSG

Eine Gratisprobenummer oder ein Kennenlern-Abonnement der beiden Magazine erhalten Sie unter Telefon 031 370 42 22 oder per E-Mail: htr@swiss-hotels.ch

IMPRESSUM

htr hotel+tourismus revue Die Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
 Gegründet 1892
Herausgeber: Schweizer Hotelier-Verein SHV, Monbijoustrasse 130 Postfach 3001 Bern
Leitung SHV-Medien: Niklaus Stuber
Redaktion: Chefredaktion: Marietta Dedual (MD), Stellvertreter: Miroslaw Halaba (MH), Hotellerie und Tourismus: Christine Künzler (CK), Mireille Guggenbühler (MG), Toni Rütt (TRU), Sonja Stalder (SST), Dr. Karl Josef Verdang (KVJ)
Gastronomie/Technik: Christian Meyer (CM), Martin J. Petras (MJP), Daniel Stampfli (DST), Cahier français: Miroslaw Halaba (MH), Laurent Müssbauer (LM), Francis Granget (FG), Milestone: Dr. Peter Kühler (PK), Produktion: Dominique Schmidt (DOS), Layout: Roland Carber (RC), Karin Cugger (KG), Brigitte Pauli (BP), Gilbert Perrot (GP), Korrektur: Paul Le Grand, Korrespondenten: Ueli Handschin (UH), Graubünden; Katja Hassenkamp (HAS), Paris; Heribert Putschler (HP), Wien; Mana Plütz-Willerns (MAP), München; Gerhard Lob (GL), Tessin; Georg Uebinauf (GU), Frankfurt; Reto Westermann (RW), Zürich.

Verlag: Iris Stiebel (Verlagsleitung), Erich Weber (Anzeigenleitung), Abonnemente: Anna-Lisa Gasalus, Fabienne Koros, Stellenservice: Andres Jakob, Marc Moser, Rainer Schmidt, Geschäftsanzeigen: Dominik Chammartin, Erich Weber.
Druck: Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Bern.
Auflage: 13'001 Ex. WEMF-beuglaubt, 22'000 Ex. Vertriebsauflage.
Verkaufspreise: (inkl. MwSt) Einzelnummer Fr. 4.30, Jahresabonnement Fr. 145.-, ISSN: 1424-0440

Offizielles Organ für:
 - Verband Schweizer Tourismus-Direktorinnen und -Direktoren (VSTD)
 - Schweizer Vereinigung diplomierter Tourismusexperten (TOUREX)
 - Vereinigung Diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV (VDH)
 - Hospitality Sales & Marketing Association (HSMA) Swiss Chapter
 - Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
 - Swiss Partner für den Bustourismus
 - Verband Schweizer Badekurorte (VSB)
 - Verband Schweizer Kurhäuser (VSK)
 - Swiss International Hotels (SIH)
 - Schweizerische Vereinigung der Firmen-Residenten
 - Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR).

Kontakte:
 Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Redaktion: (Leserbriefe, People, usw.)
 Tel: 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: htr@swiss-hotels.ch
 Abonnemente: Tel: 031 370 42 41, Fax 031 370 42 23, E-Mail: media@swiss-hotels.ch
 Stellenservice: Tel: 031 370 42 42/43, Fax 031 370 42 23, E-Mail: media@swiss-hotels.ch
 Geschäftsanzeigen: Tel: 031 370 42 27, Fax 031 370 42 23, E-Mail: media@swiss-hotels.ch
 Internet: http://www.htr.ch
 Für unverlangte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt.



IGEHO / La Foire de Bâle se mettra bientôt à l'heure d'Igeho, le salon de la restauration et de l'hôtellerie. **PAGE 3**



MARTIGNY / Plus de 350 personnes ont participé la semaine passée au Symposium touristique de Gérald Imfeld. **PAGE 5**



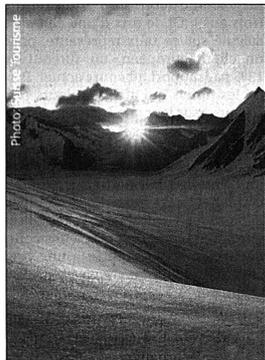
L'HEBDOMADAIRE DE L'HOTELLERIE, DE LA RESTAURATION, DU TOURISME ET DES LOISIRS

hotel+tourismus revue

SUISSE TOURISME / La nouvelle campagne d'hiver se veut «émotionnelle»

Jürg Schmid: «Le vrai hiver est en Suisse»

«Nous voulons susciter l'envie de passer des vacances en Suisse en insistant sur le fait que le vrai hiver, l'original, est en Suisse et non pas ailleurs», tels sont quelques-uns des propos que Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, a tenus mercredi, à Zurich, lors du lancement de la nouvelle campagne hivernale. Celle-ci, dotée d'un budget de cinq millions de francs, a été lancée



Suisse Tourisme communiquera cet hiver avec des paysages «idylliques».

simultanément en Suisse, en Allemagne, en France, en Italie et aux Pays-Bas. Elle comprend une vaste campagne d'affichage de paysages hivernaux, «mystérieux et idylliques». «Ces paysages feront l'objet d'insertions sur une page entière dans les principaux médias de nos différents marchés. Ils auront notamment pour but de véhiculer l'image d'un monde meilleur en réaction aux événements négatifs de ces derniers mois», a expliqué Jürg Schmid.

Ces paysages hivernaux figureront également sur des affiches géantes dans les principales gares de Suisse et d'Allemagne, ainsi que dans le métro parisien. Jürg Schmid a relevé qu'une campagne d'une telle envergure n'a été rendue possible que grâce aux efforts de nombreux partenaires, dont l'Office du tourisme du canton de Vaud, Valais Tourisme, les offices du tourisme des Grisons et de l'Oberland bernois, ainsi que la Société suisse des hôteliers, Gastrosuisse, Remontées mécaniques suisses et les CFF. «Quand la situation se dégrade, il est capital de réunir les ressources pour intervenir en commun et parler d'une seule voix», a conclu Jürg Schmid. **LM**

SAISON D'HIVER / Les responsables des principales stations de Suisse romande sont optimistes pour la saison hivernale. L'état des réservations est en tout cas réjouissant. **MIROSLAW HALABA**

Les indicateurs sont bien orientés

Le ralentissement économique et les nombreux événements négatifs de ces derniers mois auront-ils une influence marquée sur le déroulement de la saison d'hiver dans les principales stations romandes? Pour l'instant, cela ne semble pas être le cas. Interrogés la semaine dernière, leurs responsables se sont montrés en effet optimistes, tant pour les fêtes de fin d'année que pour les mois suivants. Ils justifient leur optimisme par l'état réjouissant des réservations. Ils font par ailleurs remarquer que leur clientèle est principalement européenne et donc plus encline à voyager que le sont actuellement les touristes asiatiques ou américains.

DÉJÀ DES RÉSERVATIONS POUR LE MOIS DE MARS

«Nous constatons une forte demande pour l'hôtellerie et la parahôtellerie. Plus forte même que l'an passé», indique le directeur du marketing de Crans-Montana Tourisme, Bruno Huggler. Thierry Jeanningros, directeur de Leysin Tourisme, fait la même constatation. «La demande est là. Certains hôtels ont déjà des réservations pour le mois de mars», dit-il. A Verbier aussi, l'hiver se présente bien, notamment pour les fêtes de fin d'année et le mois de février. «Il y a même certains demandés que nous n'arrivons presque plus à satisfaire», déclare le responsable de la communication de Verbier Tourisme, Pierre-Yves Délèze. Quant aux stations de Château-d'Ex et de Villars, elles n'ont rien à envier à leurs congénères: les réservations vont bon train. «Nous sommes optimistes», dit le directeur de Villars, Yves Defalque.

CLIENTÈLE SUISSE ET EUROPÉENNE

Dire que les événements de ces derniers n'auront pas d'influence sur

Cartes journalières: 3% de hausse

Les prix des cartes journalières dans les stations suisses augmenteront cet hiver de 3% en moyenne pour les adultes et de 2% pour les enfants, a révélé une enquête des Remontées mécaniques suisses réalisée auprès d'une centaine de régions. Dans la «majorité» des cas, les prix resteront cependant stables. L'association faitière indique que la branche a investi environ 240 millions de francs dans les remontées mécaniques et les installations d'enneigement technique. **MH**

Photo: Swiss-Image



LES PLAISIRS DE LA NEIGE

En dépit des événements négatifs de ces derniers mois, l'attrait des sports d'hiver reste fort. Preuve en est l'état des réservations dans les stations romandes.

la saison d'hiver en Suisse romande serait toutefois faux. Plusieurs responsables, à l'instar de Pierre-Yves Délèze, sont d'avis que les Européens, freinés dans leur envie de voyager par les incertitudes latentes, pourraient jouer «la carte de l'Europe», ce dont profitera la Suisse. «Les Européens devraient être de retour dans les Alpes», dit Philippe Sublet, le directeur de l'Office du tourisme de Château-d'Ex. «Les gens ont tendance à rester à proximité de leur domicile», estime Bruno Huggler. Si tel est le cas, ce seront principalement les Suisses – déjà en majorité dans les stations – qui feront honneur à l'offre hivernale. Thierry Jeanningros est, en tout cas, de cet avis: «Les Suisses vont découvrir ou redécouvrir nos stations», dit-il. Pour lui, il est important que les prestataires soient à la hauteur de leurs tâches. «Soyons prêts! C'est le message que je fais passer à l'interne», dit le directeur leysenois.

QUELQUES INQUIÉTUDES AUSSI

Ce bon démarrage ne cache pas certaines inquiétudes. Ainsi plusieurs responsables ont cité le passage à l'euro. Les prestataires semblent prêts, mais quelle sera l'évolution du franc suisse par rapport à la monnaie européenne? se demande, par

exemple, Thierry Jeanningros. Dans quelle mesure cette monnaie modifiera-t-elle les habitudes de comportement? se demande Philippe Sublet. Yves Defalque, de son côté, voit venir avec inquiétude les problèmes liés au manque de planification des vacances scolaires durant le mois de février. Il n'hésite pas à prédire une

situation «catastrophique». «Ce problème nous occasionne des pertes réelles», lance-t-il. On peut se demander aussi comment réagiront les clientèles anglaise et belge, toutes deux échaudées par la débâcle de Swissair. Et il reste une inconnue de taille: les conditions d'enneigement.

Un automne très favorable

Les bonnes conditions météorologiques qui ont régné cet automne, en particulier durant le mois d'octobre, ont réjoui les prestataires dont les installations ou les locaux étaient ouverts.

On sait, en effet, que dans la plupart des stations, l'automne reste une saison où l'activité touristique est réduite, malgré la campagne de Suisse Tourisme en sa faveur. Cette année pourtant, les températures relativement élevées enregistrées durant le mois passé ont incité la clientèle suisse à prendre le chemin de la montagne.

«Nous avons eu beaucoup de monde, surtout pendant les week-ends», indique le responsable de la communication à Verbier Tourisme, Pierre-Yves Délèze. Thierry Jeanningros,

directeur de Leysin Tourisme, abonde dans ce sens: «Nous avons bien profité de la clientèle pendulaire. Certains jours, les parkings étaient aussi pleins qu'en hiver.» Et d'ajouter: «L'automne nous a permis de compenser quelque peu le manque à gagner enregistré début juillet en raison du mauvais temps.» Satisfaction aussi à Château-d'Ex: L'automne a été très bon, dit le directeur de l'office du tourisme, Philippe Sublet. Cette saison lui a permis d'arriver à deux conclusions. Ainsi, pour promouvoir valablement l'automne, il est nécessaire, d'une part, de proposer de nouveaux produits, d'autre part, d'être souple dans l'ouverture et l'usage des infrastructures touristiques afin de pouvoir adapter l'offre aux conditions météorologiques. **MH**

ADRESSE: Monbijoustrasse 130, case postale, 3001 Berne • REDACTION: Tél.: 031 370 42 16, fax: 031 370 42 24, E-Mail: info@htr.ch • EDITION: Tél.: 031 370 42 22, fax: 031 370 42 23, E-Mail: info@htr.ch

minibar.
Systems

Minibar AG Swiss Operations
Ruessensstrasse 5a, CH-6340 Baar
Tel. ++41-41-767 23 40, Fax: ++41-41-767 23 55
www.minibar.ch

noteljob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hoteljob, Société suisse des hôteliers
Rue des Terreaux 10
Case postale, 1000 Lausanne 9
Tél. 021/320 28 76, Fax 021/320 02 64
hoteljob.vd@swisshotels.ch

Do they love you too?

Devenez membre!
www.bestwestern.ch/membre

Join The Best
Best Western

RIVIERA VAUDOISE / Deux projets hôteliers contestés

Des voisins soucieux de quiétude

Mis à l'enquête publique en septembre après avoir été remaniée une première fois, le projet d'extension de l'hôtel «Le Mirador», au Mont-Pélerin au-dessus de Vévey, est de nouveau contrarié par des oppositions des voisins de l'établissement. Contrairement à la première mise à l'enquête, lorsque ces oppositions se feraient à des «servitudes» oubliées, celles-ci se concentrent sur les perturbations que pourraient causer

l'extension de l'hôtel dans la circulation et la tranquillité d'un quartier résidentiel.

Directeur de l'établissement, Eric Favre, ne s'en inquiète pourtant pas tant, précisant que les maîtres d'œuvre ont apporté toutes les précisions nécessaires à la commune de Chardonne, dont le Conseil municipal (exécutif) devra statuer en fin de compte.

Par ailleurs, également sur la Riviera vaudoise, mais sur

les hauts de Montreux cette fois, un autre projet hôtelier rencontre des oppositions. Il s'agit du projet de trois étoiles (95 chambres) dont nous avons parlé dans ces colonnes, prévu à proximité de la bretelle d'autoroute (sortie Montreux-Nord). Là aussi, le projet est essentiellement contesté pour des motifs d'accès, notamment par le plus proche établissement du site, l'hôtel de Chailly. JJE

Romantik Hotels: chèques-cadeaux

Saas Fee. L'antenne suisse du groupement Romantik Hotels & Restaurants (23 membres), a mis en circulation des chèques-cadeaux à l'occasion de son 25e anniversaire prévu en 2002. Ces chèques, vendus au prix de 100 francs, ont une valeur de 111 francs. A noter que le Domaine de Châteaueux, géré par Philippe Chevrier, «cuisinier de l'année 2002», est membre du groupe Romantik. MH

AUBERGES DE JEUNESSE / Pour l'entre-saison Offre à prix modérés

Sous le nom «Low Budget Switzerland», les Auberges de jeunesse suisses ont lancé une offre à prix modérés destinée à améliorer l'occupation des établissements durant les saisons creuses.

Cette offre comprend notamment un forfait, appelé «Six Pack», qui permet à des groupes jusqu'à six personnes de louer une nuit pour 140 francs. Sont inclus dans ce prix: le petit-déjeuner, les taxes de séjour et une

affiliation gratuite à l'association suisse des Auberges de jeunesse. Dix auberges, dont, en Suisse romande, celle de Montreux, proposent cette offre qui connaît, à croire ses initiateurs, «un grand succès».

Deux forfaits ont par ailleurs été prévus pour les voyageurs individuels. Ils proposent, respectivement, trois et cinq nuitées, avec petit-déjeuner, pour 80 francs ou 130 francs. MH

INTERNET / Selon une récente étude, près de 40% des hôtels ont leur site web.

Les hôtels sur la Toile

Quelque 38% des hôtels possèdent une adresse Internet. C'est le chiffre qui ressort d'une enquête menée conjointement par le Lausanné Institute for Hospitality Research (LIHR) de l'Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) et la Haute école du Valais (HEVs), à Sierre. Cette enquête a révélé que sur 850 hôtels passés en revue, 320 d'entre eux sont présents sur le web.

«Ce n'est pas si mauvais», font remarquer les auteurs du rapport, Thomas Steiner et Roland Schegg. Et de préciser: «Environ 75% de ces hôteliers possèdent leur propre adresse internet. Les autres sont hébergés par des sites communs, associatifs ou touristiques.»

DES DIFFÉRENCES RÉGIONALES

Les taux de pénétration varient en fonction des différentes régions linguistiques du pays. Ainsi, alors que ce dernier s'élève à 42% en Suisse allemande, il n'est que de 27% en Suisse romande et de 34% au Tessin. Le tourisme est également un facteur important: alors qu'aux Grisons, 52% des hôtels sont présents sur le web, ils ne sont que 19% à Fribourg, à Neuchâtel et dans le Jura. De manière générale, on observe que les régions les plus touristiques (Zurich, Oberland bernois, Genève, les Grisons) ont la plus forte présence sur Internet.

Une analyse plus poussée de 77 sites d'hôtels ne permet pas, toutefois, de verser dans l'euphorie. De manière générale, l'accès aux sites est relativement lent (18 secondes, en moyenne, pour ouvrir la page d'accueil), la possibilité d'être repérée par un moteur de recherche (par exemple Google ou Altavista) est souvent mal exploitée, les noms de domaine ne sont pas toujours très efficaces au niveau marketing et, enfin, seul un des 77 sites examinés offre la possibilité à ses visiteurs de donner leurs impressions sur l'organisation et la fonctionnalité du site. FG

L'EURO EN SUISSE / Une enquête s'est penchée sur l'utilisation de l'euro dans l'hôtellerie. Une analyse qui tombe à pic quelques semaines avant son introduction. ANDREW MUNGALL ET ROLAND SCHEGG*

Les hôtels se mettent à l'euro

«Seule une petite proportion des établissements touristiques calcule les salaires et les coûts en euros (moins de 3%). En revanche, l'indication des prix en euros semble avoir été plus importante avec presque trois établissements sur dix qui mentionnent l'avoir fait en 2000.» Telle est la conclusion d'une étude menée par le «Lausanne Institute for Hospitality Research (LIHR) de l'Ecole hôtelière de Lausanne, avec la collaboration de l'Ecole suisse de tourisme à Sierre (EST) et la société de conseil EcoDiagnostic, à Genève. Basée sur les 755 réponses (dont 518 hôtels) obtenues suite à un questionnaire envoyé en été 2000 à tous les établissements de l'hôtellerie et des professions de l'accueil en Suisse (restauration, office du tourisme, transport de personnes, organisation ou ventes de voyages, organisation de diverses manifestations), cette étude révèle encore que l'achat de matériel en euros ne concerne que 4% des répondants.

LES PRIX EN EUROS DANS 30% DES HÔTELS

Selon cette enquête, «l'indication des prix en euros se pratique davantage dans l'hôtellerie que dans les autres branches touristiques». En effet, 30% des hôtels l'ont indiqué en 2000, contre 24% en moyenne dans les autres branches touristiques. Ce pourcentage devrait croître d'ici 2005 pour tout le secteur du tourisme. Cependant, cet accroissement sera particulièrement important dans l'hôtellerie. En effet, la moitié des hôtels interrogés prévoient une indication des prix en euros, contre 38%, en moyenne, des établissements interrogés dans les autres branches touristiques.

Dans les hôtels, l'indication des prix en euros a été appliquée différemment selon la catégorie et la taille de l'établissement concerné. Ainsi, 39% des hôtels de luxe ont assuré ce service contre 38% pour les établissements de première classe, 33% pour ceux de classe moyenne et 17% dans les hôtels

Photo: European Commission Audiovisual Library



L'EURO DÉBARQUE BIENTÔT

L'introduction de la monnaie européenne, au début de l'an prochain, devrait modifier la donne en Suisse.

de catégorie simple. Une nette distinction est observée en fonction de la taille des établissements: seuls 10% des établissements de moins de 20 lits ont indiqué leurs prix en euros alors que de 33 à 38% des établissements de plus de 20 lits l'ont fait.

Les entreprises situées à la campagne ont été moins concernées par ce changement que les établissements en ville et à la montagne dont la clientèle est plus internationale. Les hôtels affiliés à un groupe, franchisés ou appartenant à des chaînes hôtelières, ont été plus nombreux à indiquer leurs prix en euros que les hôtels indépendants. Enfin, les prix des services des établissements avec une direction stable sont plus souvent en euros que ceux des établissements ayant connu des changements de direction durant la dernière décennie.

L'EURO PEU PRÉSENT SUR INTERNET

Pour faire le point de la situation actuelle (début octobre 2001), une

analyse des sites Internet de quelque 200 hôtels membres de la SSH, a été également conduite par le LIHR. Seul 28% d'entre eux ont tenu compte de l'euro sur le web, ce qui constitue un pourcentage étonnamment bas, au vu de l'importance de l'introduction de l'euro et de leur ouverture à l'innovation technologique. Confirmant les tendances observées dans l'enquête sur l'internationalisation, les hôtels 4 et 5 étoiles (38%), de grande taille (37% pour les établissements de plus de 50 chambres), situés en ville (42%) indiquent le prix des chambres en euros significativement plus souvent que les hôtels de une à trois étoiles (24%), de petite taille (20% pour les hôtels avec moins de 30 chambres) et situés à la campagne (21%).

Par ailleurs on constate que, dans la majorité des cas, les prix indiqués en euros sur les sites Internet ne sont pas mis à jour. Par exemple, le 4 octobre de cette année l'euro s'achetait à 1,48 CHF. Or, les prix indiqués sur les sites reflétaient des taux de change allant de 1,44 à 1,67 (moyenne

à 1,55), correspondant pour la plupart à des taux dépassés. Par exemple, un taux de 1,67 a été observé pour la dernière fois au début 1998 (il y a presque trois ans!). Or, le prix d'une chambre calculé sur ce taux représente, pour un client européen, un surcoût de 13% par rapport au cours actuel. Parmi les hôtels qui affichent leurs prix en euros sur leur site Internet de manière fixe, seul un sur deux indique au client potentiel que la facture sera calculée au taux de change du jour. Pourtant, Internet permettrait aux hôtels d'afficher leurs prix d'une manière dynamique (ils seraient actualisés quotidiennement) et cela à des coûts négligeables par rapport à une brochure à l'enseigne www.schweizheim.ch.

UNE BONNE CHOSE POUR L'IMAGE DE LA SUISSE

A l'heure actuelle, toute la profession n'a pas encore fait les adaptations requises par l'introduction de l'euro. Mais l'arrivée réelle de l'euro l'année prochaine devrait pousser un certain nombre d'établissements encore hésitants à franchir le pas. Au-delà des difficultés que ces ajustements peuvent engendrer, il s'agit pour l'hôtellerie suisse de saisir cette opportunité pour renforcer sa compétitivité sur le marché international. En effet, la transparence des prix résultant d'une monnaie unique en Europe permettra peut-être à la Suisse de corriger l'image d'un pays réputé pour ses prix très élevés. Le client sera amené à choisir son produit touristique, non seulement sur des arguments monétaires, mais avant tout sur des critères qualitatifs. Toutefois, ce dernier point ne pourra s'avérer bénéfique que si le produit hôtelier est régulièrement adapté à l'évolution des besoins de la clientèle.

*Andrew Mungall et Roland Schegg sont collaborateurs scientifiques au Lausanne Institute for Hospitality Research (LIHR) de l'EHL.

IMMOBILIER

htr
Tout sur Internet
et les bénéfiques nets.

Abonnements et annonces:
tél. 031 370 42 22, fax 031 370 42 23, www.htr.ch

serge et daniel
bulliard sa
courtiers, régisseurs, experts
fribourg, rue st-pierre 6, tél. 026 322 47 55
www.bulliard.ch immobilier@bulliard.ch

SUPERBE CAFÉ-RESTAURANT DE VILLAGE
A 15 km de Fribourg, 10 km Bulle
8 min jonct. A1/A12, au centre
importante localité en Gruyère.
Restaurant 40 pl., café-bar 60 pl.
s. de banquet 70 pl., petite s. à
manger 20 pl., 2 appart. 5 pces.
Grand potentiel. Transf. 1992-94.
propriété entretenue, 2 487 m².
parking extérieur, terrain 2 794 m².
Prix vente très attractif!
Excellent rapport prix/prestations
www.bulliard.ch ou tél. 026/322.47.55

A vendre ou à louer
avec reprise de fond

Hôtel garni avec cachet

12 chambres d'hôte
Bar Dancing

App. de service, situation entre-deux-lacs à proximité Expo.02, sortie autoroute Fribourg-Berne-Bienne-Neuchâtel.

Etat impeccable

Ecrire sous chiffre 144661, hotel + tourismus revue, Case postale, 3001 Berne.

144661/416661

SSH / Le «Guide suisse des hôtels 2002» arbore les couleurs de l'Expo.02

Avec 148 nouveaux membres

Le «Guide suisse des hôtels 2002» vient de sortir de presse. Disponible en quatre langues (allemand, français, italien et anglais), il comporte une couverture entièrement consacrée à l'Expo.02 et à ses cinq artepages.

«Nous dédions la présente édition du Guide suisse des hôtels à l'Exposition nationale, «Expo.02», qui se tiendra du 15 mai au 20 octobre 2002 dans la région des Trois-Lacs. Nous ai-

merions vous convier à vous rendre à l'Expo.02 où vous pourrez étudier de plus près et mieux saisir le «phénomène Suisse». Et peut-être ce voyage d'exploration sera-t-il jalonné de surprises et de moments insolites», a écrit Christian Rey, président de la Société suisse des hôteliers (SSH) et «Ambassadeur extraordinaire d'Expo.02», dans l'éditorial du guide.

Christian Rey a aussi évoqué qu'il existait une version en

ligne du guide – à consulter sous www.swiss-hotels.ch – et qu'il était possible de réserver «plus de 1000 hôtels directement depuis notre site Internet». L'édition 2002 recense 3443 objets, dont 2442 hôtels, 354 restaurants et 504 offices du tourisme. Il est à relever que 2036 de ces objets sont accompagnés d'une photo et que 148 nouveaux membres de la SSH y sont mentionnés pour la première fois. LM

SWISS DELUXE HOTELS / Campagne de promotion internationale

Plusieurs projets en préparation

Groupement de marketing réunissant 35 hôtels cinq étoiles, Swiss Deluxe Hotels, planche sur plusieurs projets destinés à accroître son efficacité et la notoriété de ses membres. C'est ainsi qu'il lancera en mars, sur plusieurs marchés stratégiques, une campagne de promotion à laquelle s'ajouteront des conférences de presse dans «huit à dix villes» étrangères. Par ce biais, il mettra en évidence la desti-

nation «Suisse» et «la qualité» des hôtels membres.

En janvier, le groupement, qui vise un chiffre d'affaires annuel d'environ 540 millions de francs, disposera d'une nouvelle plate-forme pour le commerce en ligne qui permettra aux clients de faire des réservations dans quinze hôtels. Swiss Deluxe Hotels a ensuite convenu d'une collaboration pour la promotion avec Suisse Tourisme. Une nouvelle convention a,

par ailleurs, été négociée dans le même but avec Top Events of Switzerland.

Sur le plan de l'exploitation, on notera que les membres ont développé une stratégie commune dans le domaine des ressources humaines, pour les plans de carrière, par exemple. Ils procèdent aussi à des achats communs de produits et de prestations qui leur ont déjà permis d'épargner un million de francs. MH

TOURISME RURAL / Une contribution suisse au projet européen «Marco-Polo»

Manuel pour les futurs «pros»

Le projet européen «Marco-Polo», destiné à l'encouragement du tourisme rural, est tangible. Réalisé au cours des trois dernières années, il a bénéficié du soutien financier de la Commission européenne et du savoir-faire d'instituts actifs dans la formation et le tourisme provenant de sept pays d'Europe, dont la Suisse. Ce projet a permis la création de «manuels d'auto-apprentissage» destinés aux prestataires souhaitant se lancer dans le tourisme de randonnée (pédestre, cycliste, nautique ou équestre), ainsi qu'aux personnes intéressées par la gestion de campings ou de «Bed & Breakfast».

CINQ MODULES EN FRANÇAIS

Marco Polo propose ainsi dix modules en allemand et en anglais. Cinq d'entre eux sont aussi disponibles en français, soit: le «module général» et les modules «Bed & Breakfast», «camping», «randonnée pédestre», «guidage». Quant aux autres modules, ils se nomment: «activités aquatiques», «cyclotourisme», «marketing», «randonnée équestre», «animation/divertissement». La Suisse a notamment participé à ce programme par le biais de l'Ecole suisse de tourisme de Sierre qui a élaboré le module «marketing». De son côté, la Fondation suisse d'éducation pour l'environnement a procédé, en collaboration avec un partenaire grec, à la rédaction et à la validation du module «walking», ainsi qu'à la validation du module «guidage».

Marco Polo est un projet du programme «Leonardo da Vinci». Né sur l'initiative de l'Union européenne, ce programme encourage les projets-pilotes transnationaux pour «le développement et la diffusion de l'innovation et de la qualité dans le domaine de la formation professionnelle initiale et continue». Sa coordination en Suisse est assurée par l'organisation «Swiss Occidental Leonardo». A noter encore que Marco Polo a bénéficié du financement de l'Office fédéral de l'éducation et de la science, ainsi que de l'ACCES, groupement des départements d'économie publique des cantons de Suisse occidentale. MH

La table des matières des manuels du projet Marco Polo peut être consultée à l'adresse suivante: www.s-o-l.ch/marcopolo.html.

MÉLI-MÉLO

Projet d'hébergement sur le Vully.

Un groupe de travail envisage de construire sur le Vully des modules sphériques qui pourraient héberger de deux à six personnes pendant l'Expo.02. Un demi-million de francs doit cependant encore être trouvé pour que ce projet d'hébergement familial, intitulé «Octoboll village», devienne une réalité. LM

IGEHO / Organisé à Bâle du 23 au 28 novembre, Igeho comportera trois points forts: le «World of Inspiration», l'«European Hospitality Forum» et le «Centre gastronomique». LAURENT MISSBAUER

Une 19e édition avec trois points forts et un nouvel agencement

Le salon Igeho (Internationale Fachmesse für Gemeinschaftsgastronomie, Hotellerie und Restauration), qui se tiendra à Bâle du 23 au 28 novembre, sera à nouveau le point de rencontre de nombreux décideurs de l'hôtellerie et de la restauration, qu'elle soit collective ou non. Organisé tous les deux ans, en alternance avec le Salon Gastronomie qui a lieu à Lausanne les an-



nées paires, Igeho verra sa 19e édition (800 exposants répartis sur plus de 38 000 mètres carrés) être caractérisée par trois «temps forts». Il s'agit du «World of Inspiration» – un salon dans le salon sur le thème de l'aménagement intérieur et du design –, de l'«European Hospitality Forum» – un forum d'information et de communication pour les responsables des hôtels quatre et cinq étoiles – et du «Centre gastronomique», en français dans le texte.

LE DESIGN SERA À L'HONNEUR

Le «World of inspiration» présentera sur un espace de 8000 mètres carrés un concept d'exposition que les responsables d'Igeho qualifient d'«inédit». Il aura pour thèmes le design et l'aménagement intérieur dans l'hôtellerie et la restauration. L'originalité de son concept réside dans son installation, une «entité homogène», composée de huit parcs à thème. Chacun de ces thèmes apportera un éclairage particulier sur un aspect spécifique de l'architecture et de l'aménagement d'intérieur, par exemple les plantes naturelles.

Selon les organisateurs d'Igeho, le «World of inspiration» sort des sentiers classiques des présentations orientées sur la valeur industrielle des produits. Le visiteur professionnel y trouvera en effet des idées prêtes à être transposées dans son établissement. Il aura également tout loisir de s'entretenir avec les différents exposants et artisans.

NOUVELLE RÉPARTITION DES SECTEURS

Par ailleurs, afin d'améliorer l'agencement du salon, les organisateurs d'Igeho ont procédé à une nou-



Photo: htr
Comme c'est le cas toutes les années impaires, la Foire de Bâle se mettra bientôt à l'heure d'Igeho, le salon de la restauration et de l'hôtellerie.

velle répartition des différents secteurs professionnels. Sur une surface totale de près de 40 000 mètres carrés, neuf secteurs seront «clairement» définis, soit produits alimentaires, boissons, équipements de cuisine et de lingerie, fournitures de restaurants et d'hôtels, techniques de construction, service, organisation et informatique, prestations de services et le

En train pour éviter les bouchons

A l'occasion d'Igeho, les CFF proposent un billet spécial à prix unitaire à partir de toutes les gares de Suisse. Le transfert en tram jusqu'au salon est également compris dans le prix unitaire qui s'élève, en 2e classe, à 25 francs pour les détenteurs de l'abonnement demi-tarif. Sans le demi-tarif, le prix unitaire s'élève à 50 francs en 2e classe et à 80 francs en 1re classe. Le prix d'entrée à Igeho n'est pas compris car la plupart des visiteurs possèdent déjà leur billet d'entrée, ont relevé les CFF dans un communiqué de presse. Selon eux, le déplacement en train à Igeho est recommandé afin d'éviter les bouchons, notamment ceux provoqués par les travaux effectués actuellement au tunnel autoroutier du Belchen, entre Härkingen et Bâle. LM

«Centre gastronomique» qui a déjà été évoqué et qui sera un des points forts du Restaurant «Place du marché».

Forum traditionnel de la restauration, le «Centre gastronomique» servira de vitrine à des produits et à des spécialités agroalimentaires de Suisse et du monde entier sous l'enseigne «Place du Marché». Il aura notamment pour but de mettre en évidence les principes de base de la restauration et de sensibiliser les visiteurs à cette question. Pour ce faire, les partenaires du projet, à savoir Agro Marketing Suisse et de nombreuses régions – dont les régions viticoles de Suisse –, démontreront l'interaction entre la préparation des produits et leur consommation. Des présentations culinaires et gastronomiques seront en outre organisées «afin de faire remonter les visiteurs jusqu'aux racines de la restauration».

DE L'UNIVERS DU VIN AUX PRODUITS BIOLOGIQUES

Quant au Restaurant «Place du Marché», à proprement parler, il donnera un aperçu de la variété des produits de l'agriculture locale au milieu de différentes animations telles que le championnat suisse des pizzaioli et le championnat international de ser-

vice ou encore les expositions consacrées à «L'Univers du vin» et aux produits biologiques. L'Autriche, quant à elle, sera représentée par une palette «très diversifiée» de ses produits dans son pavillon national. Enfin, une région de Suisse présentera chaque jour ses spécialités.

www.igeho.ch

Un forum et une table ronde

L'«European Hospitality Forum», qui se déroulera dans le cadre d'Igeho, le lundi 26 novembre de 10h30 à 13h30, traitera de l'avenir de l'industrie de l'accueil. Organisé avec le concours de différents partenaires, notamment la Société suisse des hôteliers et l'Ecole hôtelière de Lausanne, ce forum devrait attirer près de 300 directeurs d'hôtels de «tout premier rang» de Suisse et de l'étranger, estimant les responsables d'Igeho. Une table ronde suivra le forum et réunira des personnalités de l'économie, ainsi que l'hôtelier allemand Otto Lindner, Hans Wiedemann, directeur du Montreux Palace, et Jeffrey Catrett, doyen du programme académique et de la recherche de l'Ecole hôtelière de Lausanne. LM

htr

Tout sur l'immobilier et le service.



**Tout sur la restauration et l'hôtellerie.
Abonnez-vous, c'est moins cher!**

Nom _____
Prénom _____
Profession/titre _____
Entreprise _____
Rue/N° _____
NPA/localité _____
Pays _____
Téléphone _____

	6 mois	12 mois	24 mois
Suisse	<input type="checkbox"/> Fr. 87.-*	<input type="checkbox"/> Fr. 145.-*	<input type="checkbox"/> Fr. 250.-*
Europe de l'ouest (Priority)	<input type="checkbox"/> Fr. 133.-	<input type="checkbox"/> Fr. 237.-	<input type="checkbox"/> Fr. 434.-
Autres pays d'Europe (Priority)	<input type="checkbox"/> Fr. 136.-	<input type="checkbox"/> Fr. 244.-	<input type="checkbox"/> Fr. 446.-
USA + Canada (Priority)	<input type="checkbox"/> Fr. 147.-	<input type="checkbox"/> Fr. 265.-	<input type="checkbox"/> Fr. 490.-
Autres pays (Priority)	<input type="checkbox"/> Fr. 160.-	<input type="checkbox"/> Fr. 289.-	<input type="checkbox"/> Fr. 540.-

Veillez cocher ce qui convient. * TVA comprise

Tous les prix sont en francs suisses, frais de port inclus.
Prix de vente au numéro Fr. 4.30/DM 5.50/ÖS 38/Lit 5500

Veillez cocher ce qui convient et renvoyer la carte dûment complétée à hotel+tourismus revue,
Service des abonnements, case postale, CH-3001 Berne, Téléphone 031 370 42 22, Téléfax 031 370 42 23

GRUYÈRE / Le programme d'hiver de la station vient d'être dévoilé
Moléson étoffe son offre hivernale

Même s'ils admettent qu'«une saison d'été vaut deux saisons d'hiver», les responsables de Moléson ne négligent pas pour autant l'offre hivernale. Pour preuve, le programme d'activités 2001/2002 est plus que jamais étoffé. L'offre est d'abord culturelle. Dans la nouvelle salle de spectacles de Moléson, baptisée «A la Gare aux Sorcières», plusieurs soirées théâtrales et musicales ont été programmées de janvier à avril.

Mais les animations sportives n'ont pas été délaissées: un itinéraire de randonnée pédestre de 4 km a été balisé. Le balisage des dix pistes a été amélioré, il sera latéral! «Et une piste de luge est à l'étude», confient les responsables touristiques. Autre nouveauté: un «bar à neige» ouvert au départ des ski-lifts des Joux et du Gros-Plané.

Pour les accros de la pouleuse, l'équipement du snow-

parc a été complété. Une «Nuit du snowboard» sera aussi proposée le 12 janvier. De 16 à 22 h, sur fond musical, les surfeurs des neiges rivaliseront dans les airs, propulsés du haut d'un échafaudage de 12 mètres, installé sur le parking de Moléson. Enfin, la station accueillera, le 20 février, une manche du «Giant tour», une compétition de snowboard opposant étudiants et apprentis de toute la Suisse romande. FG

SIERRE / Le Sensorama au Château de Villa poursuit sa construction
Un espace sera consacré au vin

L'Enothèque, 1^{re} phase du projet Sensorama au Château de Villa à Sierre, a démarré très fort: hôtes de passage et amateurs de vins ont dégusté et acheté l'an passé pas moins de 35 000 bouteilles sélectionnées parmi les meilleurs vins valaisans, et vendues au prix d'en-caveur. Et la bonne fréquentation se poursuit.

La Fondation du Château de Villa veut valoriser encore cet espace en groupant les

offres dans un prospectus et un site Internet communs: outre le Sensorama, le château accueille le Musée de la Vigne et du Vin et le bureau de la manifestation Vinéa. S'ouvrira bientôt la salle souterraine destinée à l'analyse sensorielle. Les travaux débutent ce mois-ci et l'inauguration est fixée à juin 2002. Ce nouvel espace de cours se destine aussi bien à la formation des professionnels qu'à un public

d'amateurs désireux de se familiariser avec les plaisirs du goût et des senteurs. Un programme de cours, de dégustation et de découverte des vins sera mis en place et intéressera aussi le tourisme. Quant à la 3^e partie du projet, le Parcours des sens, il est en cours d'élaboration. Sa réalisation dépend encore du financement à trouver. Une boutique de produits du terroir devrait compléter l'ensemble. DEM

SIERRE-ANNIVIERS / Une plate-forme de réservation se met en place dans la région

Nouvelle destination sur les rails

Si, dans les faits, elle a commencé à travailler il y a plusieurs mois déjà, la destination Sierre-Anniviers Tourisme (SAT) fonctionne officiellement depuis le début novembre. Parmi les importants dossiers en cours de réalisation, Deskline occupe une place importante. Le système de réservation directe sera opérationnel pour la prochaine saison d'hiver. «Nous sommes au stade de la saisie des données», indique Vincent Bornet, directeur de SAT, qui ajoute que plusieurs contrats ont déjà été signés avec des hôteliers de la région. La plate-forme de réservation offrira pour ses débuts un bon échantillonnage des hôtels de Sierre et Anniviers, soit environ un tiers de l'effectif total.

PROPOSER UNE PALETTE D'OFFRES COMPLÈTE

«Plus que le nombre total d'hôtels, il est important pour nous de disposer d'une bonne représentation de tout le territoire de la destination.» SAT travaille à élargir l'offre à d'autres formes de logement pour proposer une palette complète à la clientèle, ainsi que différents produits annexes, comme les abonnements aux remontées mécaniques. SAT prépare également un nouveau portail Internet et finalise en ce moment une nouvelle brochure réunissant l'offre de Sierre et d'Anniviers. «Mais pas question de faire table rase sur tous les documents qui ont été utilisés jusqu'ici: on comble les manques mais on ne jette rien!»

Le directeur du marketing Olivier Foro quitte Sierre-Anniviers Tourisme en laissant derrière lui un plan d'actions bien fourni. Il sera présenté lors de l'assemblée générale du 14 janvier prochain. Olivier Foro sera prochainement remplacé, en attendant, une assistante marketing vient d'être engagée: il s'agit de Vanessa Freidl, arrivée de Vaud Tourisme; elle a une bonne expérience dans le métier.

DES MANDATS DE COMMERCIALISATION

Le département marketing de SAT met également ses compétences à disposition de projets privés: la destination s'est vue confier la commercialisation d'Adrenaline Région, un produit touristique regroupant toutes les activités «adrénalines» de l'endroit (parc dans les arbres à Vercorin, saut à l'élastique à Niouc, rafting sur le Rhône, vol delta, etc...). De même SAT a été mandatée pour «vendre» le projet touristique du Bois de Finges. A signaler encore le parc à thème Imagin@lps à Saint-Léonard (entre Sierre et Sion) où SAT est impliquée dès la phase de préparation du projet (dont le coût total est estimé à 28 millions de francs).

«Sierre-Anniviers Tourisme saisit les opportunités qui fourmillent dans la région et là où il y a des synergies possibles avec la destination», souligne Vincent Bornet. DEM

MARTIGNY / La 4e édition du Symposium international du tourisme, qui a réuni quelque 350 personnes, a rappelé l'importance de l'innovation dans le tourisme. LAURENT MISSBAUER

«L'innovation ne se décrète pas, elle naît d'un climat favorable»

En quittant Crans-Montana, où il s'était déroulé ces dernières années, pour rejoindre la semaine passée le centre de congrès de l'Hôtel du Parc à Martigny, le 4^e Symposium international du tourisme de Gérald Imfeld a certes perdu un peu d'altitude, mais il a incontestablement gagné en intérêt. Le mérite en revient au thème choisi cette année par le professeur Peter Keller, directeur scientifique du Symposium. Alors que la troisième édition avait traité du «Management stratégique de la coopération entre les entreprises du tourisme», celle de cette année a eu pour thème «Innovation et tourisme».

Un thème extrêmement important car, pour reprendre les propos de Peter Keller, «la réussite économique dépend de l'importance de son taux d'innovation». Et pour parler de l'innovation dans le tourisme, plusieurs personnalités avaient été invitées vendredi dernier à Martigny. Parmi elles, Jean-Pierre Sonois, le patron de la Compagnie des Alpes.

«L'INNOVATION SE JUGE AUX RÉSULTATS»

«Pour nous, l'innovation a été d'acheter un second domaine skiable», a relevé Jean-Pierre Sonois. «Aujourd'hui, nous en contrôlons dix en France et un en Italie. A cela, s'ajoutent 35% et 20% des remontées mécaniques de Saas Fee, et de Téléverbier, ainsi que 31% du Parc Astérix.»

«Mais l'innovation ne se décrète pas, elle naît d'un climat favorable et, comme en politique, elle se juge aux résultats», a-t-il ajouté. Le climat favorable auquel il a fait allusion passe notamment par l'élaboration d'une stratégie bien précise: «Celle que nous

Laurent Missbauer



PETER KELLER (À G.) ET GÉRALD IMFELD

Le directeur scientifique et le fondateur du Symposium international du tourisme ont contribué à créer un climat favorable à l'innovation touristique.

avons choisie s'est inspirée de ce qui se faisait déjà dans d'autres domaines touristiques, notamment les chaînes hôtelières, les villages de vacances comme le Club Med ou encore des sociétés telles qu'Interhome.»

Mais l'innovation revêt dans le tourisme de nombreux visages. Jean-

Arch, alors que Hanspeter Danuser, directeur de l'Office du tourisme de St-Moritz, a expliqué que l'innovation dans le tourisme pouvait également passer par la protection du logo et du nom de la station, ainsi que par sa commercialisation auprès de différents produits de luxe.

L'innovation dans le tourisme passe aussi par l'estomac

L'innovation dans le tourisme passe aussi par l'estomac! On en a eu la preuve la semaine dernière, lors de la 4^e édition du Symposium international du tourisme. En effet, celui-ci a notamment été le théâtre du lancement du «Gourmet du terroir», un projet qui entend «promouvoir une agriculture de qualité tout en renforçant l'image touristique de cette merveilleuse région qu'est le Valais», a relevé Christophe Darbellay, le vice-directeur de l'Office fédéral de l'agriculture.

Lors du Symposium international du tourisme, le «Gourmet du terroir» s'est traduit par la présentation d'un menu de dégustation composé avec des produits du terroir valaisan apprêtés par des chefs du Vieux-Pays, à savoir une soupe au foin des Escotzats à la façon de Roland Lafarge, des Gostus à la mode de Jean-Pierre Schnyder et un parfait glacé au génépi du

Grand-St-Bernard selon une recette de Thierry Corthay.

Le tout était accompagné de Fendant et de Dôle AOC 2000, les «Vins emblématiques du Valais», fruits d'un récent partenariat entre ProVins, Suisse Tourisme et Valais Tourisme. Les bouteilles de ces deux vins arborent par ailleurs le célèbre logo du Cervin, l'emblème de l'Office du tourisme du canton du Valais. «Ce partenariat entre ProVins et les milieux touristiques est un bon exemple de ce que l'agriculture et le tourisme peuvent faire ensemble. Avec le «Gourmet du terroir», nous pouvons cependant aller encore plus loin», a ajouté Christophe Darbellay.

On relèvera enfin que les cafés étaient accompagnés d'abricotine et de willamiane Morand, deux ambassadrices de longue date du tourisme valaisan. LM



Terroir et tourisme font bon ménage, à l'image du partenariat entre ProVins et Suisse Tourisme.

Deux distinctions

Le Symposium international du tourisme a également été le théâtre de la remise de deux distinctions appelées les «Soleils d'Or» et décernant respectivement un «Prix de la créativité» et un «Prix de la femme entrepreneur». Le premier a été attribué à la société valaisanne Altitude Communication de Frédéric Mariéthoz et Alberto Veronese. Tous deux ont développé un concept d'animation qui permet, entre autres, de visionner des panoramas à 360 degrés et développer ainsi des prospectus touristiques à la fois virtuels et interactifs. Le second prix a quant à lui été décerné à Irma Dütsch, une des cuisinières les plus innovatives et les plus réputées de Suisse. Sa cuisine, à l'Hôtel-restaurant Fletschhorn, à Saas Fee, est créditée de trois toques et de dix-huit points au Gault Millau qui lui avait décerné le titre de «Cuisinière de l'année» en 1994. LM

CGN / Des rabais seront accordés sur les croisières clés en main

Offre accrue de novembre à février

De cette fin novembre à février 2002, la CGN (Compagnie générale de navigation sur le Léman) a décidé d'élargir ses prestations au départ de Genève. Elle développe ainsi les croisières sur le «Petit-Lac», un peu sur le modèle des animations qu'elle propose déjà au départ de Lausanne. Durant tout l'hiver, le «Général Guisan» effectuera une course quotidienne dans la région: entre Nyon et Yvoire le midi, et entre

Genève et Yvoire le dimanche. Le succès rencontré par les soirées à quai lausannoises l'a, de plus, incitée à reprendre l'expérience au bout du lac, toujours en collaboration avec la société Lurati Léman. Transformé en bateau-théâtre-restaurant, le même bâtiment accueillera des soirées karaoké, rires et chansons, meurtres et mystères et Chippendales pour les dames. Toujours entre novembre et février, la compagnie annonce

encore qu'elle offre des tarifs spéciaux pour ses «charters»: les soirées d'entreprises et autres réunions de motivation à bord de ses unités pourront notamment se faire à un prix 15% moins cher qu'en haute saison. C'est le service «Events» de la compagnie qui est chargé d'élaborer ces croisières clés en main (animation, restauration, transport). JJE

Des détails sous: www.cgn.ch

TROPHÉES HERMÈS / Prix du «meilleur partenariat»

Leading Hotels honorés

Le groupement «The Leading Hotels of the World» a été honoré lors de la remise des «Trophées Hermès de l'industrie hôtelière mondiale 2001» qui s'est déroulée la semaine dernière à Paris.

Le groupement, qui compte en Suisse 29 établissements cinq étoiles, a en effet reçu le prix du «meilleur partenariat» pour sa récente collaboration avec le groupement des Relais & Châteaux. D'autres prix ont

été attribués à cette occasion. On citera ainsi: «meilleur système de réservation» à Carlson Hospitality; «meilleure campagne de publicité» au groupe Accor; «meilleure politique de ressources humaines» à Ibis; «meilleur guide hôtelier» à Esprit de France.

Quant au «meilleur directeur d'hôtel», il a désigné en la personne de Pascal Brun qui tient les rênes de l'Hôtel Majestic Lucien Barrière à Cannes. MH

Nouveau gérant à la coopérative

Aubonne. La petite Association viticole d'Aubonne (VD) (100 sociétaires, 64 ha, 600 000 bouteilles par an) a choisi un successeur à Gérard Carrupt, nommé à la tête du département œnologie de Provens-Valais. Il s'agit d'André Hotz, ingénieur-œnologue, qui, depuis quatre, était le gérant d'une autre coopérative, du Chablais vaudois celle-là, l'Association viticole d'Ollon. Les deux entités sont connues pour des produits originaux et bien faits. PT

LES GENS

Pour remplacer **Olivier Foro** qui avait décidé de quitter Sierre Anniviers Tourisme au profit de l'Interprofession de la vigne et du vin, le comité directeur



de la nouvelle destination valaisanne a nommé quelqu'un de la région: **Frédéric Salamin** (photo), 28 ans, de Grimentz. Il occupera le poste de marketing manager à 50% et collaborera avec **Vanessa Freidl**, assistante marketing. Frédéric Salamin a suivi sa formation en tourisme à l'Université de Lausanne (Licence en management, spécialisation en tourisme et marketing) et à l'Université de Saint-Gall. Il possède d'«excellentes connaissances» des métiers liés au tourisme en montagne, ainsi que des technologies de l'informatique, ont relevé les responsables de Sierre Anniviers Tourisme. Au sujet des métiers liés au tourisme en montagne, on relèvera que Frédéric Salamin est titulaire d'une patente de professeur de ski et de snowboard, d'un brevet fédéral de guide de montagne et d'une attestation AGMS de guide de canyoning. DEM

C'est **Ana Cristina Gozalo** (photo) qui a récemment remplacé **Joaquín de Arcenegui** à la direction de la représentation de l'Office espagnol du tourisme à Londres. LM



tourisme à Genève. Licenciée en philologie à l'Université de Salamanque, Ana Cristina Gozalo était jusqu'ici directrice adjointe de la représentation de l'Office espagnol du tourisme à Londres. LM

Estavayer-le-Lac a enfin trouvé un nouvel animateur touristique. **Nicolas Savoy** va en effet se charger des manifestations et animations touristiques du chef-lieu de la Broye fribourgeoise. «Un mandat provisoire puisqu'il s'achèvera à la fin 2002», nous apprend le journal «La Broye». L'Association touristique d'Estavayer et sa région (ATER) se donne ainsi une année pour trouver la «perle rare» afin de remplacer **Isabella Droz**, qui a démissionné après 17 ans à la direction de l'office du tourisme local – qu'elle quittera à la fin de cette année. Artisan à Estavayer-le-Lac, ancien copropriétaire d'une galerie d'art à Payerne et organisateur de diverses expositions, Nicolas Savoy est épaulé dans sa nouvelle tâche par **Pascaline di Maggio**, déjà employée de l'office, qui s'occupera de l'accueil, de la gestion ainsi que de l'administration. FG

GRUYÈRE / Un troisième «incentive» a été mis sur pied, la semaine passée, pour les autocaristes du Restoroute. JEAN-JACQUES ETHENOX

Les chauffeurs font la fête

Une septantaine de chauffeurs de car et leurs accompagnants se sont retrouvés, la semaine dernière, pour deux journées en Gruyère à l'occasion du troisième «incentive» pour autocaristes du Restoroute de l'A12. Une rencontre organisée conjointement par le pool marketing des entreprises du site et l'Hôtel Cailler, à Charmey. La manifestation a fait le plein de participants (en provenance de quatre pays), au point que ses organisateurs avaient dû clore la liste des inscriptions dès la mi-octobre.

LE TOURISME EN AUTOCAR FAVORISÉ PAR L'ACTUALITÉ

L'objectif de ce séjour? Il s'agit en fait d'inciter les chauffeurs à faire étape en Gruyère, et plus particulièrement au Restoroute, à l'heure où – même si c'est fort peu heureusement – l'actualité internationale stimule le tourisme en autocar. Au programme de ce 3e incentive: dîner-animation-soirée dansante à l'Hôtel Cailler, ainsi qu'une conférence de l'aventurier du Pays d'Enhaut, Mike Horn, qui leur a présenté son tour du monde à la latitude 0° avant d'évoquer son prochain voyage en Arctique. Un tirage au sort de voyages en Amazonie et une distribution de fromage par l'Interprofession du Gruyère ont encore pimanté ce programme.

Un seul regret: les conditions atmosphériques ont malheureusement

Photo: Jean-Jacques Ethenox



LES ORGANISATEURS

De gauche à droite: Stéphane Schlaeply, directeur de l'hôtel Cailler; Francis Scherly, homme-orchestre de la manifestation; Guy Pernet, directeur d'Autogrill Suisse et Pierre Borer, directeur du Restoroute de la Gruyère.

empêché les baptêmes de l'air prévus en ballon à air chaud et en parapente par le Bifé et SkyEvent Gruyère, eux aussi partenaires du restoroute.

UNE FÊTE RECONDUITE L'ANNÉE PROCHAINE

Rappelons ici que la manifestation s'adresse exclusivement aux chauffeurs et à leurs compagnes – c'est son originalité. A chaque visite professionnelle au restoroute ou à l'Hôtel Cailler, ils ont la possibilité de faire enregistrer leur passage, recevant à chaque fois un numéro qui leur permet de participer au tirage au sort attribuant différents prix. Cette véritable «fête des chauffeurs» devrait être reconduite, l'an prochain, sur le même principe.



Montreux: le Golden Pass Center a été inauguré. Directeur du groupe MOB, **Richard Kummrow** a officiellement ouvert la semaine dernière le nouveau Golden Pass Center, installé dans ce qui fut l'Hôtel Terminus, dans le périmètre de la gare de Montreux. Une installation qui ne s'est pas uniquement faite dans un bâtiment relooké et augmenté d'un espace en arrière de bel effet, mais également par la création en sous-sol, et accessible depuis les passages sous-voies de la gare CFF, de surfaces de vente et d'accueil. L'inauguration officielle du Golden Pass Center (c'est en août que tous les services y ont été transférés) intervient un mois avant le lancement de l'année du Centenaire du MOB. A cette occasion (notre photo, de gauche à droite), **Richard Kummrow** et **Dolf A. Geisseler**, de la société Interminzen, ont remis l'écu commémoratif numéro 001 à **Walter Von Siebenthal**, président du Conseil d'administration du groupe. JJE

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

Le World Economic Forum (WEF) déménage! Pour la première fois depuis 31 ans, le WEF ne se déroulera pas à Davos en 2002, mais à New York. Pour la station des Grisons, il s'agit désormais de combler les pertes pour l'hôtellerie et le commerce, et surtout de limiter le déficit d'image entraîné par la décision de Klaus Schwab, le patron du WEF. Pour remédier à cette absence – qui ne devrait être que provisoire, puisque le Forum a promis de revenir à Davos en 2003 –, la commune grisonne a octroyé une aide de 500 000 francs. Les hôteliers davosiens estiment leurs pertes à 10 millions. Et les responsables de Davos Tourisme comptent notamment sur la rapidité d'Internet pour informer leurs clients des offres proposées durant les deux semaines, fin janvier-début février 2002, où le Forum aurait dû se dérouler. Page 12

Portrait de la semaine: Simon Anderregg. A 35 ans, cet hôtelier de Meiringen (BE) sait ce qu'il se veut: il est prêt à batailler dur pour atteindre ses objectifs: «Je veux tout simplement que mes enfants soient fiers de leur père», confie-t-il. En sept ans, Simon Anderregg a d'ailleurs su faire de son Hôtel Victoria un établissement bien au-dessus de la moyenne. Couleurs gaies et accents artistiques confèrent à ses chambres, décorées avec goût, une atmosphère très agréable. Quant à la cuisine, elle est également très créative et pleine d'amour. Page 13

Equip'Hôtel se spécialise de plus en plus. Autrefois annuel et généraliste (on y présentait aussi les nouveautés F&B notamment), le salon parisien a adopté aujourd'hui un rythme bisannuel et met l'accent principalement sur les équipements pour l'hôtellerie et la restauration. La 45e édition de cette foire, qui s'est tenue à Paris du 3 au 8 novembre derniers, a confirmé cette tendance. Le thème central en était par ailleurs la multifonctionnalité. Page 19

IMPRESSUM

htz hotel + tourisme revue

L'hebdomadaire pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Éditeur: Société suisse des hôteliers SSH, Montbijoustrasse 130, case postale, 3001 Bienne.
Responsable des médias SSH: Niklaus Stuber.

Rédaction: Rédactrices en chef: Marietta Dedual (MD), Responsable du Cahier Français et rédacteur en chef adjoint: Milanov Halabla (MH).
Rédacteurs: Laurent Meibauer (LM), Francis Grangier (FG), secrétaire de rédaction: Corinne Gaudin (CG).
Correspondants: Jean-Jacques Ethenox (JJE), Wéwy, Danielle Emery Mayor (DEM), Valais, Henri Jeanrenaud (HJ), Nouchébat, José Sydoux (JS), Fribourg, Pierre Thomas (PT), Lausanne, Nicolas Merckling (NM), Genève.

Édition: H. Stäubli (Chef de l'édition), Erich Weber (Chef de version).
Abonnements: Anna-Lisa Casaluci, Fabienne Kosus.
Annonces: Andres Jakob, Marc Moser, Rainer Schmidli.
Publicité: Dominik Chammartin, Erich Weber.

Impression: Fischer AG für Data und Print, Druckzentrum Bienne.
Trage: 13'000 Ex. contrôlés REMP, 22'000 Ex. imprimés.
Prix de vente: (TVA inclus)
Vente au numéro Fr. 4.50, Abonnement 1 an Fr. 145.–
ISSN: 1424-0440

Contacts: Adresse: Montbijoustrasse 130, case postale, 3001 Bienne.

Rédaction: (Lettres de lecteurs, les gens, etc.)
Tél: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24,
E-Mail: htz@swisshtz.ch

Abonnements: Tél: 031 370 42 41, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: media@swisshtz.ch

Annonces: Tél: 031 370 42 42/43, Fax: 031 370 42 23,
E-Mail: media@swisshtz.ch

Publicité: Tél: 031 370 42 27, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: media@swisshtz.ch

Internet: http://www.htz.ch

stellen revue marché de l'emploi



DER GRÖSSTE STELLENMARKT DER BRANCHE / LE PRINCIPAL MARCHÉ DE L'EMPLOI DE LA BRANCHE

hotel+tourismus revue

Für unsere **Cafeteria in Zürich-Enge** suchen wir auf anfangs 2002 oder nach Vereinbarung eine/n initiative/n und unternehmerisch denkende/n

GESCHÄFTSFÜHRER/IN

Wir bieten: Tagesbetrieb - samstags/sonntags geschlossen - grosse Selbstständigkeit und Verantwortung, der Leistung entsprechende Entlohnung.

Wir stellen uns eine verkaufsstarke, teamfähige Persönlichkeit mit Kocherfahrung für die Mittagsmenues vor, welche auch mit Begeisterung und neuen Ideen die Gäste kulinarisch verwöhnt. Idealerweise ist sie/er 25 - 35 Jahre jung.

Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Roger Lüthi, **Food Point AG**
Industriestr. 42, 8117 Fällanden
Tel. 01/826 02 30 oder 078/627 04 39

1447439/383407

Das Kantonsspital Baden ist ein modernes und überschaubares Schwerpunkthospital. Hier arbeiten 1200 Mitarbeitende zum Wohle unserer Patientinnen und Patienten.

Infolge Karrieresprungs des jetzigen Stelleninhabers suchen wir auf 1. Februar 2002 oder nach Vereinbarung eine/n

Leiter/in Hotellerie

Zur Hotellerie gehören die Küche, Restauration, Ernährungsberatung, der Hausdienst (Reinigung, Wohnbereich und Bettenzentrale) und die Bibliothek. Sie verstehen es, Ihre 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu führen und zu motivieren. Zusammen erreichen Sie die gesteckten Ziele. Als hervorragender Kommunikator vertreten Sie engagiert Ihre Anliegen und führen die Hotellerie in die Zukunft.

Die Hotellerie arbeitet sehr eng mit dem Arzt- und Pflegedienst zusammen. Sie können sich für Projekte begeistern, die interdisziplinäres Zusammenarbeiten bedingen. Ferner sind Sie in der Lage, sich Ihr Aufgabengebiet zu strukturieren und sind es gewohnt, Verantwortung zu tragen in personeller wie auch in finanzieller Hinsicht (Budget).

Der Abschluss einer Hotelfachschule und einige Jahre Berufs- und Führungserfahrung in der Hotellerie oder einer artverwandten Branche sind von Vorteil für diese abwechslungsreiche Position. Eine Affinität zur Ästhetik und zu gutem Essen und Trinken runden Ihr Profil ab. Gute PC-Kenntnisse (MS-Office) setzen wir voraus.

Fühlen Sie sich angesprochen von dieser anspruchsvollen, vielseitigen, selbständigen und lebhaften Position in der Verwaltung eines Kantonsspitals?

Dann rufen Sie uns an. Herr J. Geissbühler, Leiter Hotellerie, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte: Tel. 056-486 23 01. Ihre schriftliche Bewerbung schicken Sie an Herrn F.H. Offers, Abt. Personal & Recht, Kantonsspital Baden, 5404 Baden.



Kantonsspital Baden

Partner des Spitals Leuggern



OPUS

Restaurant Opus
Bahnhofstrasse 16
6003 Luzern
Tel. 041 226 41 41
www.restaurant-opus.ch

Für diesen erfolgreichen Betrieb suchen wir eine gewinnende Persönlichkeit als

Geschäftsführer (w/m)

Was Sie mitbringen:

- Erfahrung in der Führung eines Restaurants
- die Fähigkeit, ein Team von 30 Mitarbeiter zu begeistern
- zupackende Grundhaltung, gepaart mit unternehmerischem Denken
- Ausstrahlung, Durchsetzungsvermögen und Belastbarkeit
- eine fundierte gastgewerbliche Ausbildung, gute Weinkenntnisse

Senden Sie Ihre vollständige Bewerbung. Ich freue mich, Sie kennen zu lernen.

Anita Zbinden-Jenni, Personalchefin
Remimag Gastronomie AG, Buzibachring 3, 6023 Rothenburg,
Tel. 041 289 02 11 anita.zbinden@remimag.ch, www.remimag.ch



uno e più

RISTORANTE - BAR - ENOTECA

Beim Schippe Center, Schappweg 3
6010 Kriens
www.unoeplus.ch

Das Ristorante „uno e più“ in Kriens umfasst das «uno», eine gemütliche moderne Dorfbeiz mit Bar, das «più» und die «enoteca». Die Speisekarte bietet alles, was die «cucina italiana» zu einer Weltküche macht: Antipasti, Salate, Fisch- und Fleischgerichte, Pasta, Pizze und Gelati.

Für diesen Betrieb suchen wir einen/n

Küchenchef/in

Sie üben Ihren Beruf mit Begeisterung und viel persönlichem Engagement aus. Es reizt Sie ein motiviertes Küchenteam erfolgreich zu führen. Die kreative Gestaltung des Menüangebotes mit einer konstant hohen Küchenqualität gehört ebenso zu Ihren Aufgaben, wie die Planung, die Kalkulation und das Controlling. Ihre solide Ausbildung und die Kenntnisse der italienischen Küche befähigen Sie, eine herausfordernde Aufgabe zu übernehmen.

Anita Zbinden-Jenni, Remimag Gastronomie AG
Buzibachring 3, 6023 Rothenburg, Telefon 041 289 02 11
anita.zbinden@remimag.ch, www.remimag.ch

Adecco

HOTEL & EVENT
www.adecco.ch

click → choose → work



Direktionsassistentin

100%

Profil

Für ein internationales Dienstleistungsunternehmen suchen wir für den nationalen Direktor der Spezial-Bereiche die effiziente, charmante und vertrauenswürdige Assistentin (25-28 Jahre) mit guten EDV-Kenntnissen (Word, Excel, PowerPoint), abgeschlossener Hotelfachschule und guten schriftlichen und mündlichen Sprachkenntnissen in Deutsch, Französisch und Englisch.

Vorteil

Sie haben einen tiefen Einblick in den Geschäftsverlauf und in die Entwicklung der Unternehmung, arbeiten selbstständig am Puls des Geschehens und sind Teil einer dynamischen Unternehmenskultur in einem sich stetig verändernden Markt. Arbeitsort an zentraler Lage in Zürich.

Petra Wicki freut sich auf Ihre Kontraktaufnahme.

Langstrasse 11, 8026 Zürich
Telefon 01/297 79 79

E-Mail: zuerich.hotelevent@adecco.ch

People make the difference.



Schweizer Confiserie und Konditorei Tradition seit 1836

Das Team unserer Serviceleiterinnen braucht Verstärkung. Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

Serviceleiterin

Wir sind:

- gepflegtes und gediegenes Café-Restaurant
- in der City von Zürich am Paradeplatz

Wir verlangen:

- Gute Ausbildung im Gastgewerbe
- Mehrjährige Praxis im Gastgewerbe
- Erfahrung in der Personalführung (über 40 Mitarbeiterinnen)
- Gute Umgangsformen
- Sicheres Auftreten
- Fremdsprachenkenntnisse
- Teamfähigkeit

Wir bieten:

- Dauerstelle mit interessanter Tätigkeit in gepflegter Atmosphäre
- 5 Tage-Woche inkl. Sonntagsdienst
- Abends frei

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung an Herr H. Wernli.

Confiserie Sprüngli AG • Bahnhofstrasse 21 • 8022 Zürich
Telefon: 01 224 46 46 • e-Mail: heinrich.wernli@spruengli.ch

www.confiserie-spruengli.ch

INHALT: Kader 2-5 / Tourismus 6 / Deutsche Schweiz 7-12 / Svizzera Italiana / International 15 / HRC / Image / Stellengesuche 16

ANZEIGENSCHLUSS: Montag, 12 Uhr

SOMMAIRE: Suisse romande 13-14 / Marché international 15 / Demandes d'emploi 16 / Marché d'emploi 16

DÉLAI D'INSERTION: Le lundi à 12 h

JOBS AND MORE

Stellenvermittlung
Buchhaltungen
Lohnadministration

ZÜRICH: 01 225 80 90

www.gastronet.ch

Stellenvermittlung/Kaderberatung
Stänzlergasse 7 • 4051 Basel
Tel. 061 281 95 75



Surfen Sie zum Erfolg mit uns:
www.horega.ch

hoteljob

Ihre
Stellenvermittlung

Telefon 031 370 43 33

Fax 031 370 43 34

www.hoteljob.ch

Adecco

HOTEL & EVENT
www.adecco.ch



Die Nr. 1
für Personaldienstleistungen
Aktuelle Stellenangebote auf Seite 3.

Le N° 1
en Ressources Humaines
Offres d'emplois en page 3.

People make the difference.



CASTELLO DEL SOLE ASCONA

Infolge Pensionisierung unseres langjährigen Direktionsehepaares
per Ende des Jahres 2002
suchen wir für unser Hotel einen qualifizierten

DIREKTOR (DIREKTIONSEHEPAAR)

- Mit Freude übernehmen Sie und Ihre Frau als Gastgeber die Führung und die Verantwortung für eines der schönsten Ferienhotels der Schweiz
- Sie sind qualitativ hochstehenden Leistungen verpflichtet
- Als kommunikative Persönlichkeit wollen Sie den hervorragenden Ruf dieses Hauses nicht nur erhalten, sondern festigen und weiter ausbauen
- Sie verstehen es, Tradition mit neuzeitlichem Denken erfolgreich zu verbinden. Sie erkennen neue Trends und passen das Angebot frühzeitig an die Bedürfnisse unserer Gäste an
- Sie verfügen über fundierte fachliche Kenntnisse in der finanziellen Führung eines modernen Betriebes und beherrschen das gastgewerbliche Rechnungswesen
- Marketing und Produktion in Beherbergung, Küche und Keller sind für Sie keine Fremdwörter
- Durch Ihr Vorbild und Ihre hohe Leistungsbereitschaft führen und motivieren Sie Ihre Mitarbeiter auf allen Stufen zu besten Leistungen
- Sie haben Führungserfahrung in Luxushotels des In- und Auslandes
- Sie beherrschen die Sprachen Italienisch, Deutsch, Französisch sowie Englisch in Wort und Schrift
- Wir offerieren eine interessante, weitgehend selbständige Stelle mit entsprechendem Salär und Sozialleistungen

Ein eingespieltes Mitarbeiterteam unterstützt Sie bei der Erfüllung dieser Aufgabe.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie an

Herrn Bernhard Müller, Direktor, IHAG Holding AG,
Bleicherweg 18, CH-8002 Zürich
Tel. +41 (0)1 205 14 14 Fax +41 (0)1 205 14 29



Tagebuch

8. November 2001: Was schreiben?
Die Anforderungsprofile für die Kadersuche für einen
Küchenchef, Chef de Service und Chef de Bar, Sous-
Chef müssen heute in die Zeitung. Teamfähig? Kreativ?
Selbständig? Dynamisch? Etc.?

Alle haben die gleichen Ansprüche und Anforderungen.
Und alle können sie erfüllen. Langweilig, nicht
wahr.

Unglaublich, wie jetzt die Blätter so richtig durch die
Himmel wehen. Dem Treiben schau ich gerne zu.
Genau – AlbuVilLe braucht Kaderleute, die im richtigen
Moment ab und zu den Blick nach aussen richten
Dann ist die Welt wieder in Ordnung.

Verstanden? Solche Menschen suchen wir. Keine Träumer,
aber Menschen, die Träume verwirklichen wollen.
AlbuVilLe – das neue Stadtcenter mit zwei Gastrolokalen
wird am 23. März 2002 eröffnet. Für diese einzigartige neue
Plattform suchen wir Profis, die gekonnt ihren Job erfüllen
und Format haben.

Bitte schreiben Sie kurz an die Beauftragte.
Wir möchten Sie kennenlernen.

AlbuVilLe AG, z.Hd. Herrn Marcel Gerber, Lenggrisrain 11, 8645 Jona.

RESIDENZ BENER-PARK
RESIDENZ BENER-GUT

**Die innovative Wohnform
mitten in Chur**

Der Bener-Park eröffnet neue
Perspektiven und wird seinen Bewohnern
Lebensqualität pur bieten, denn auf vorbild-
liche Art und Weise gehen Sicherheit,
attraktive Infrastruktur, umfassende Dienst-
leistungen und gepflegte Wohnkultur eine
harmonische Verbindung ein.

Als zukünftige

Leitung der Gastronomie

werden Sie massgeblich zum Wohlbefinden
unserer – auch kulinarisch – anspruchs-
vollen Gäste beitragen, die mehrheitlich im
dritten Lebensabschnitt stehen.

Wir wünschen uns fachlich bestausgewie-
sene, begeisterungsfähige Bewerber/innen,
die ein langfristiges Engagement anstreben,
gerne ein Paar mit entsprechender Auf-
gabenteilung (Küchenchef / Restaurantchef).

Ein elegantes, öffentliches à la carte
Restaurant mit Café- und Apérobar, Garten-
terrasse sowie Bankett- und Mehrzweckraum
wird Ihnen den angemessenen Rahmen
bieten, um Gastgeber/In mit Herz und Stil
zu sein.

Eröffnung im Dezember 2002

Ihr Eintritt sollte im Spätsommer 2002
erfolgen, damit Sie ohne Zeitdruck Ihre Ideen
umsetzen und Vorbereitungen treffen können.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Ja?
Dann freut sich Norbert Hassler, Delegierter
des Verwaltungsrates, auf Ihre schriftliche
Kontaktaufnahme.

RESIDENZ BENER-PARK
RESIDENZ BENER-GUT

Bener-Park Betriebs-AG
c/o Hassler Verwaltungs-AG, Postfach, 7002 Chur

htr

hotel + tourismus revue mit dem grössten Stellenmarkt der Branche

**Abonnieren und inserieren:
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23,
www.htr.ch**

human resources
management

**hotel
staff**

IGEHO
The world of hospitality
Means Basel.

Halle 2.2 Stand H34

www.hotelstaff.com

Personaldienstleistungen
für Hotellerie, Gastronomie,
Catering und Events

Lintheschergasse 3
8023 Zürich 1
Tel 01 229 90 00
Fax 01 229 90 01

Job in
PERSONALBERATUNG

www.job-in.ch

Job in AG, Pilatusstrasse 3a, 6003 Luzern
info@job-in.ch
Telefon 041 227 40 27, Fax 041 227 40 28

www.hoteljobworld.ch

Die grosse deutsche Internet-Jobbörse
ist nun auch in der Schweiz für SIE da!

Office Schweiz: 01 721 19 47
switzerland@hotelstellenmarkt.de

Wir arbeiten mit den renommiertesten
Hotels weltweit zusammen - erfolgreich!

www.hotelstellenmarkt.de

**www.gastrosuisse-
jobservice.ch**

Der Herbst bringt Früchte
- und viele neue Stellen!!!

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
Tel. 01 377 55 35
Fax 01 371 89 09
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

Bei uns sind
Sie die Nummer 1

Beratung
Selektion
Vermittlung

info@gastrojob.ch
www.gastrojob.ch
Luzern: 041 418 23 33
Zürich: 01 280 03 40

GastroJob

Adecco

HOTEL & EVENT

www.adecco.ch

→ click → choose → work



Einloggen!
7612 offene Stellen,
2428 tolle Kandidaten
per Mausclick.
www.adecco.ch



The world of hospitality
Messe Basel.

Besuchen Sie uns
vom 23.–28. November:
Stand B27, Halle 2.2.

Langstrasse 11, 8026 Zürich
Telefon 01/297 79 79
zuerich.hotelevent@adecco.ch

Streitgasse 20, 4010 Basel
Telefon 061/264 60 40
basel.hotelevent@adecco.ch

Marktstrasse 32, 3000 Bern 7
Telefon 031/310 10 10
bern.hotelevent@adecco.ch

Grabenstrasse 40, 7000 Chur
Telefon 081/258 30 75
chur.hotelevent@adecco.ch

Weinmarkt 15, 6000 Luzern 5
Telefon 041/419 77 66
luzern.hotelevent@adecco.ch

Poststrasse 15, 9001 St. Gallen
Telefon 071/228 33 43
stgallen.hotelevent@adecco.ch

Bd. Jaques-Dalcroze 7, 1204 Genève
Téléphone 022/718 44 77
geneve.hotelevent@adecco.ch

Pl. de la Riponne 1, 1000 Lausanne 17
Téléphone 021/343 40 00
lausanne.hotelevent@adecco.ch

Fbg. de l'Hôpital 9, 2001 Neuchâtel
Téléphone 032/729 10 33
neuchatel.hotelevent@adecco.ch

Restaurantleiter

Profil Sie sind ein grosser Motivator und Teamplayer und lieben grosse Anlässe mit Publikum unterschiedlichster Art. Sie sind ein Macher, schätzen die Abwechslung und wollen dennoch in einer festen Struktur arbeiten.

Vorteil Die Arbeit in diesem gastronomischen Grossbetrieb in Zürich ist aussergewöhnlich, abwechslungsreich und vielseitig. Sie sind planerisch und führungstechnisch sehr beweglich und daran interessiert, sich mit guter Führung selber weiter zu entwickeln.

Zürich, Petra Wicki 01/297 79 79

Restaurantleiter/ Stv. Restaurantleiter

Profil Sie stehen noch am Anfang Ihrer Karriere und suchen nun eine passende Stelle für einen Einstieg nach ganz oben. Sie haben gute Führungserfahrung oder möchten sich diese erarbeiten. In diesem Businesshotel in Zürich mit klarem Konzept und erfolgreicher Führung möchte man Sie aufgrund Ihres Profils einsetzen.

Vorteil An dieser Stelle wird Ihr Fachwissen erweitert. Sie werden gefördert und zum Manager geschult. Rufen Sie mich an.

Zürich, Petra Wicki 01/297 79 79

Direktionsassistent/in

Profil Sie sind die rechte Hand und Stellvertretung der Direktion eines bekannten Viersterne-Seminar- und Kongresshotels in der Region Ostschweiz.

Vorteil Selbstständige Rekrutierung für Front- und Back-Office, Unterstützung im Bereich Sales und Mitarbeitercoaching. Vielseitige Kaderstelle mit flacher Hierarchie und einer jungen, innovativen Direktion. Geregelt Arbeitszeiten und mehrheitlich Samstag/Sonntag frei.

St. Gallen, Urs Kläger 071/228 33 43

Hotelfachassistentin

Tagesdienst

Profil Sie haben eine abgeschlossene Hoflehre, EDV-Kenntnisse, sind freundlich und flexibel, und Sie suchen eine neue Herausforderung. Sie arbeiten gern als Allrounderin – am Buffet, in der Wäscherei, im Etagedienst, überall wo es Ihre Unterstützung braucht. Langweilig wird es Ihnen hier sicher nie!

Vorteil Sie arbeiten in einem gepflegten Tagesheim am linken Zürichseeufer. Sie vertreten die hauswirtschaftliche Leiterin bei Abwesenheit, was Ihnen eine gewisse Verantwortung gibt. Und? Sind Sie neugierig? Dann melden Sie sich noch heute.

Zürich, Claudine Schaub 01/297 79 79

Einkäufer/in

Profil Sie haben eine Berufslehre in der Gastronomie und einen Hotelfachschulabschluss gemacht, verfügen bereits über Erfahrung im Einkauf, haben sehr gute PC-Kenntnisse und sprechen Deutsch, Französisch und Englisch. Sie sind eine kommunikative, teamfähige Persönlichkeit mit Disziplin, Organisationstalent und Qualitätsbewusstsein, die die Kosten im Griff hat.

Vorteil In einem internationalen Fünfsternen-Hotel in Basel sind Sie zuständig für den termingerechten Einkauf, arbeiten mit allen Abteilungen eng zusammen und führen die Verhandlungen mit den Lieferanten. Sie tragen eine grosse Verantwortung und werden unterstützt von einem Assistenten sowie einem Lehrling oder Praktikanten.

Basel, Julia Schulze 061/264 60 40

Kochprofil

Leitende Funktion

Profil Als kreativer Kochprofil mit Sinn für das Beste haben Sie nicht nur einen der schönsten Berufe erlernt, Sie geniessen dabei auch die unbegrenzte Vielfalt an Tätigkeiten wie Bestellwesen, Kalkulation, Mitbestimmen im Betrieb und die Möglichkeit, Karriere zu machen. Sie bringen vorzugsweise einige Jahre Berufs- sowie Führungspraxis mit und suchen eine echte Herausforderung.

Vorteil In diesem malerischen Gourmetbetrieb mit Schlosscharakter im Raum Biel arbeiten Sie in einer Küche mit modernster Infrastruktur wie Induktionsherd und Kombiteamer, geniessen die Vorteile einer mittelgrossen Küchenbrigade (zwei bis drei Köche), können das Angebot mitbestimmen und am Erfolg teilhaben. Packen Sie diese Chance, und melden Sie sich umgehend!

Bern, Dominique Wild 031 310 10 10

Diätkoch/Heimkoch w/m

Profil Sie verfügen über eine Ausbildung als Diätkoch oder sind ein erfahrener Spital/Heimkoch mit sehr guten Diätkenntnissen. Sie sind teamfähig, motiviert, kreativ und bringen Führungserfahrung mit. Sie arbeiten selbstständig und vertreten auch gern den Küchenchef.

Vorteil Schichtdienst bis spätestens 18 Uhr, jedes zweite Wochenende frei, gute Entlohnung und Sozialleistungen – und das über den Dächern von Zürich mit herrlichem Ausblick.

Zürich, Sandra Furrer 01/297 79 79

Chef saucier/Sous chef

Profil Nach der Berufslehre haben Sie Erfahrung in renommierten «à la carte»-Häusern gesammelt. Sie verfügen über ein breites Fachwissen, sind, offen für Neues, belastbar, teamorientiert und ein waschechter Gastronom.

Vorteil In diesem malerischen Gourmetbetrieb im Berner Mittelland erwartet Sie zu Anfang Jahr eine zukunftsorientierte Herausforderung mit geregelten Freitagen. Aufstiegschancen, die Möglichkeit eigene Ideen einzubringen und Ihren Beruf wie ein Hobby auszuüben sind attraktive Pluspunkte.

Bern, Alex Trinker 031 310 10 10

Barmitarbeiter/in

Profil Blau ist der Dunst des Rauches, Schwarz die Nacht – und Sie kennen schon bald die Farbe der Lieblingsdrinks Ihrer Stammgäste. Für eine kleine Bar am Vierwaldstättersee am Fusse der Rigi suchen wir einen jungen attraktiven Nachtschwärmer. Wenn Sie bereits an einer Bar gearbeitet haben und nun gern unter jungen Menschen arbeiten möchten, rufen Sie heute noch an.

Vorteil Familiäre Atmosphäre, selbstständiges Arbeiten und grosser Spielraum für eigene Ideen.

Luzern, Rosmarie Scherrer 041/419 77 66

People make
the difference.



Gastro-Manager/-in

Leitung einer Gruppe von Betrieben

Segment Industry & Services

Wir begeistern unsere Gäste mit Angebot, Präsentation und Service. Als Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie führen wir gesamtschweizerisch rund 360 Betriebe im Auftrag der Privatwirtschaft und der öffentlichen Hand.

Die Führung der Betriebsgruppe, das Coaching Ihrer Betriebsleiter/innen im Rahmen der Führungsaufgaben, die Leitung der Gastronomie im Auftrag des Kunden und die Mitarbeit an laufenden Projekten beinhaltet Ihre neue Aufgabe. Für das Segment Industry & Services suchen wir eine begeisterungsfähige Persönlichkeit. Sie stellen den SV-Qualitätsstandard sicher und fördern Synergien innerhalb der Gruppe. Intensive Kontaktpflege zu unseren Kunden und Auftraggebern sowie Ihre Mitarbeit in zukunftsorientierten Projekten ergänzen das Aufgabengebiet.

Ihr Profil: Als Gastroprofil mit Weiterbildung im Managementbereich haben Sie Ihre Führungserfahrung in grösseren Gastrobetrieben bereits unter Beweis gestellt. Sie sind eine verhandlungsstarke Persönlichkeit mit Organisationstalent, verstehen es, mit unterschiedlichen Zielgruppen zu kommunizieren und haben Lust, die laufenden Prozesse in unseren Unternehmen aktiv mitzugestalten. Arbeitsort Zürich.

Möchten Sie diese Begeisterung mit uns teilen? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an SV-Service AG, Frau Erika Bolthaler, Personal Zentrale, Postfach, 8032 Zürich. erika.bolthaler@sv-service.ch

SV

service



****Hotel, Seminar- und Kongresszentrum SEEDAMM PLAZA, direkt am Zürichsee, mit rund 50 Seminar- und Kongressräumlichkeiten, aktuellster Infrastruktur, zwei à la carte Restaurants, einem grossem Bankettbereich und 142 Hotelzimmer mit modernstem Komfort.

You've got the power...

So abwechslungsreich wie unser Betrieb ist auch die Stelle als

Seminar- und Kongress Koordinator(in)

- Aufgabenbereich**
- Beratung der Kunden
 - Verkauf unserer Dienstleistungen
 - Erstellung der Offerten
 - Organisation von Anlässen, wie Sitzungen, Workshops, Konferenzen, Ausstellungen etc.
 - Betreuung der lokalen und internationalen Gäste

Tatsachen

- junges, motiviertes Team
- flexible und dynamische Organisationsstruktur
- topmoderner Wirkungskreis
- verantwortungsvolles Arbeitsumfeld
- selbständige und herausfordernde Tätigkeit

Sie sind

- Hotelfachschulabsolvent oder Erfahrung in dieser Tätigkeit
- administrativ bewandert
- mit Fidelio vertraut
- flexibel und belastbar
- ein Organisationstalent
- die Persönlichkeit, welche Akzente setzt
- mehrsprachig

Interessiert? Senden Sie Ihre Unterlagen, oder informieren Sie sich telefonisch bei:

Ursula Keist, SEEDAMM PLAZA
Seedammstrasse 3, 8808 Pfäffikon SZ
Telefon: 055 / 417 17 83, Fax: 055 417 17 82
E-Mail: ursula.keist@swisscom.com

Über Stadt und Land und von Berg und Tal.



Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

Abonnieren und Inserieren: Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

Culinarium

Restaurants & Catering

Wir führen während der Expo 02 in Yverdon-les-Bains ein Personalrestaurant und sind für die Durchführung von verschiedenen Events verantwortlich. Für dieses nicht alltägliche Projekt suchen wir per anfangs Jahr 2002 eine/n jüngere/n

Betriebsleiter/in

Flexibilität - Teampayer - Selbständigkeit

Diese Begriffe sind uns sehr wichtig - Ihnen auch?

In dieser Funktion sind Sie für die Führung des Personalrestaurants sowie die Organisation und Durchführung aller Kundenanlässe verantwortlich. Sie haben den Blick für das Wesentliche, besitzen Organisationstalent und haben bereits erste Führungserfahrungen gesammelt. Sie sind teamfähig und begeisterungsfähig und können sich auch in Französisch gut ausdrücken. Auch in hektischen Situationen behalten Sie den Überblick und sind belastbar. Sie verfügen über fundierte Kenntnisse im Gastgewerbe und haben idealerweise eine Hotelfachschule besucht und verfügen über Banketterfahrung.

Ihr Einsatz ist befristet bis ca. Mitte Oktober 2002. Bis April 2002 ist Ihr Einsatzort Zürich, danach sind Sie in Yverdon-les-Bains stationiert (eine Unterkunft wird Ihnen zur Verfügung gestellt).

Gerne erteilt Ihnen unser Leiter Events & Catering, Herr Michael Künzle, weitere Auskünfte unter Telefon 01 405 78 75.

Wenn Sie sich für diese ungewöhnliche Aufgabe begeistern können, dann senden Sie bitte Ihre Unterlagen an folgende Adresse:

Culinarium AG, Frau Isabelle Schütz
Baslerstrasse 71, 8048 Zürich
Fax 01 405 78 62
e-mail: isabelle.schuetz@culinarium-ag.ch
www.sv-group.com/svjobs/

Culinarium AG - ein Unternehmen der SV-Group



Zur Ergänzung unserer Küchenbrigade suchen wir per Januar 2002 oder nach Über-einkunft

einen erfahrenen Küchenchef

Unser erstklassiges Haus liegt im Zentrum von Zürich. Wir bieten geregelte Frei- und Arbeitszeit sowie attraktive Arbeitsbedingungen.

Offerten bitte an:
Restaurant ZUNFTHAUS ZUR WAAG
Herr E. Bergé, Münsterhof 8, 8001 Zürich
Tel. 01 216 99 66

1446971/05050



PILATUS LUZERN

BERGBAHNEN • HOTELS • KONGRESSE
MOUNTAIN RAILWAYS • HOTELS • CONGRESSES
STELTSTE ZAHNRADBAHN DER WELT
STEEPEST RAILWAY OF THE WORLD

Do you speak international?

Die PILATUS-BAHNEN sind ein national und international ausgerichtetes Unternehmen mit den drei Geschäftsbereichen Bahn, Hotel & Gastronomie und Merchandising.

> Wir suchen: Verkaufsleiter/in

Um unser Team zu vervollständigen, suchen wir eine/n teamorientierte/n Verkaufsleiter/in mit Reiseerfahrung für den Bereich Übersee/Europa. Branchenerfahrung (Tourismus Incoming) ist dabei von Vorteil.

> Ihre Aufgaben: Zu Ihren vielseitigen Aufgaben gehören unter anderem: Planung und Umsetzung der Marketing- und Verkaufsaktivitäten, intensive Bearbeitung der definierten Marktgebiete, Pflege der bestehenden und Aufbau neuer Kunden-, Agenten- und Medienbeziehungen in den Marktgebieten. Kompetente, fachliche Führung des kleinen Teams Übersee/Europa.

Um diese Aufgaben erfolgreich wahrnehmen zu können, benötigen Sie eine Ausbildung als eidg. dipl. Tourismusexperte/-expertin und/oder Verkaufs- oder Marketingleiter/in oder eine gleichwertige Ausbildung. Mehrjährige Berufserfahrung setzen wir voraus. Sie sind sprachgewandt (Englisch ist Bedingung, weitere Sprachen von Vorteil), kommunikativ, haben eine hohe Reisebereitschaft (40 - 50%), sind leistungsorientiert und flexibel.

> Wir bieten: Es erwartet Sie eine spannende, vielseitige und verantwortungsvolle Tätigkeit in einem dynamischen Umfeld. Zeitgemäße Anstellungsbedingungen und ein aufgestelltes, kleines Team.

> Interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inkl. Foto, damit wir Sie zu einem persönlichen Gespräch einladen können. Kontaktperson: Frau E. Mettler, Telefon direkt: 041 329 11 16 els.mettler@pilatus.com

PILATUS-BAHNEN • Schlossweg 1 • CH-6010 Kriens/Luzern
Phone: +41 (0)41 329 11 11 • Fax: +41 (0)41 329 11 12 • info@pilatus.com • www.pilatus.com

Über Internet und nette Gäste.

htr

Abonnieren und inserieren: Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch



Wir sind ein öffentlich-rechtliches Schwerpunktspital am rechten Zürichseeufer mit 160 Patientenbetten und einem Personalbestand von rund 500 Mitarbeitenden, die 350 Stellen abdecken.

Die in Ausbildung stehenden SchülerInnen der Berufsschule für Pflege wohnen in spitaleigenen Personalhäusern. Mitarbeitende haben die Möglichkeit, ihre Kinder in der betriebseigenen Kinderkrippe betreuen zu lassen.

Wir suchen per Mitte Januar 2002 oder nach Vereinbarung eine/n

Hauswirtschaftliche/n Betriebsleiter/in HHF, FA/FH oder HF oder Hotelfachassistent/in

Was Sie mitbringen...

- eine abgeschlossene Berufsausbildung als Hauswirtschaftliche Betriebsleiter/in (HHF, FA/FH oder HF) bzw. Hotelfachassistent/in
- mehrjährige Berufserfahrung im Spitalbereich/Hotelfach in vergleichbarer Funktion
- Führungserfahrung
- Organisationstalent
- Kostenbewusstsein und wirtschaftliches Denken
- Belastbarkeit und Flexibilität
- Fähigkeit, organisatorische und administrative Arbeiten selbstständig und effizient zu erledigen
- Fremdsprachenkenntnisse

Was wir Ihnen bieten...

- eine selbständige, verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Tätigkeit
- die Möglichkeit, neue Projekte anzugehen
- zeitgemäße Anstellungsbedingungen in einem lebhaften Umfeld
- einen zentral gelegenen Arbeitsplatz Nähe Bahnhof sowie kostengünstige Verpflegung im Personalrestaurant

Wenn Sie mehr über diese interessante Stelle erfahren möchten, gibt Ihnen Frau Verena Reinhardt, Leitende HBL HHF, gerne weitere Auskünfte, Direktwahl Telefon 01-922 22 41.

Ihre schriftliche Bewerbung mit den vollständigen Unterlagen und Foto richten Sie bitte an:



Kreisspital Männedorf
Schwerpunktspital des rechten Zürichseeufers

Kreisspital Männedorf
Frau Jeanette Slade
Leitung Personaldienst
Postfach
8708 Männedorf



SWISS HOLIDAY PARK AG
CH-6443 Morschach
Telefon 041-825 50 50
Telefax 041-825 50 60
info@swissholidaypark.ch
<http://www.swissholidaypark.ch>

Wir sind der grösste Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz mit 220 Mitarbeitern, welcher unseren Gästen eine optimale Verbindung von Hotellerie, Sport- und Erlebnispark sowie Kongress- und Seminarforum bietet.

Für diese neu geschaffene Stelle suchen wir eine/n:

Leiter/in Finanzwesen

Ihr Aufgabenbereich:

In dieser Kaderfunktion sind Sie für den Gesamtbereich der Finanz- und Betriebsbuchhaltung unserer Aktiengesellschaft verantwortlich.

Ihr Anforderungsprofil:

Für diese anspruchsvolle Tätigkeit verfügen Sie über eine entsprechende Ausbildung sowie Erfahrung in ähnlicher Position, vorzugsweise in einer internationalen Hotelkette.

Unser Angebot:

Wir bieten Ihnen eine interessante und vielseitige Aufgabe sowie ein angenehmes Arbeitsumfeld und diverse Mitarbeitervergünstigungen.

Möchten Sie mehr über uns erfahren? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an Herrn Daniel Frei.

144680/38487

Anspruchsvoller 3-Personen-Haushalt mit Wohnsitzen in Gstaad und in Spanien sucht einen qualifizierten

Alleinkoch in Privatdienst

Arbeitsbeginn nach Vereinbarung Dezember 2001/Januar 2002.

Wir erwarten:

- Ausbildung und Berufserfahrung in der Top-Gastronomie/5-Sterne-Hotellerie
- Freude am Beruf
- Kreativität
- offene, freundliche Persönlichkeit mit guten Umgangsformen
- Alter bis ca. 35 Jahre
- familiär möglichst ungebunden, ledig
- Muttersprache Deutsch (oder sehr gute Deutschkenntnisse)
- Bereitschaft, an den unterschiedlichen Wohnsitzen tätig zu sein.

Sie erwarten:

- eine Jahresstelle mit entsprechendem Gehalt
- interessanter, vielseitiger Arbeitsbereich
- selbständiges Arbeiten
- geregelte Arbeits- und Urlaubszeiten

Sie sind interessiert? Gern erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto und Referenzangaben an Chalet Sarena, Oberbort, CH - 3780 Gstaad, Schweiz

143582/395297

Vom Chauffeur bis zum Chasseur.



Nirgendwo gibts mehr Stellenangebote.

Abonnieren und Inserieren:

Telefon 031 370 42 22

Telefax 031 370 42 23

www.htr.ch

proback

vermittelt

Im Auftrag eines führenden innerschweizer Bäckerei-Konditorei-Café-Betriebs suchen wir einen

Gastro-Profi als selbständigen Leiter des gesamten Verpflegung-Bereichs

Die vier umsatzstarken Cafés/Restaurants unseres Auftraggebers mit einem Team von rund 40 Mitarbeiterinnen oder Mitarbeitern bilden eine erstklassige Ausgangsbasis für weiteres Wachstum. Angestrebt wird eine kräftige Ausdehnung des zukunftssträchtigen Verpflegungsbereichs, dies unter der Leitung eines Gastronomie-Fachmanns.

Sie sind gut ausgebildet, mit Hotelfachschule, Wirtepatent und erfolgreicher Praxis in der Leitung eines modernen Restaurants oder Cafés. Darüber hinaus können Sie ein Team von 40 Mitarbeitern anführen und zu Spitzenleistungen motivieren.

Sie sind führungsstark und doch teamfähig, Sie haben Ideen und können sie auch umsetzen. Sie spüren, was der Markt will und vermögen – nach innen und aussen – einen guten Geist ins Haus zu bringen.

Sie dürfen auf grosszügige Anstellungsbedingungen mit Erfolgsbonus zählen. Sie wären direkt dem Inhaber unterstellt, als Nr.1 für den Gastrosektor und auch als kreativer Mitgestalter der Weiterentwicklung des Gesamtbetriebs. Sind Sie bereit, sich um diese sehr selbständige Führungsstelle zu bewerben, so richten Sie bitte Ihre Zuschrift an den Proback-Leiter Ernst Tschanz, der Ihnen auch für mündliche Auskünfte am Telefon zur Verfügung steht, selbstverständlich mit aller Diskretion. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

**Proback AG, im Pistor-Haus,
6023 Rothenburg, Telefon 041-289 87 87**



Als externer Partner sind wir im Bethesda-Spital in Basel verantwortlich für die Sauberkeit. Mit rund 30 Mitarbeitenden reinigen wir die verschiedensten Bereiche, vom Operationssaal bis zum Schulzimmer, vom Patientenzimmer bis zum Arztbüro. Zur Unterstützung der Leiterin Reinigungsdienst suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung eine

Stv. Leiterin Reinigungsdienst (100%-Pensum)

- | | |
|--|--|
| <p>Was Sie mitbringen sollten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ hauswirtschaftliche Grundausbildung, z.B. Hofa, HBA o.ä. ✓ erste Führungserfahrungen als Etagengouvernante, Gruppenleiterin o.ä. ✓ Freude an praktischen Einsätzen ✓ Freude im Umgang mit Menschen ✓ Organisationstalent ✓ Grundkenntnisse am PC (Word/Excel) | <p>Was Sie von uns erwarten dürfen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ vielfältiges Aufgabengebiet ✓ sorgfältige Einarbeitung in die Spitalreinigung ✓ regelmäßige Arbeitszeiten ✓ gute Sozialleistungen ✓ angenehmes Arbeitsklima ✓ Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten |
|--|--|

Haben wir Ihr Interesse geweckt und möchten Sie aktiv am Erfolg unseres Unternehmens mitarbeiten? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse:

ISS Hospital Service AG
Bethesda-Spital, Gellerstrasse 144, 4020 Basel

Bei Fragen wenden Sie sich an Frau A. Beetschen, Leiterin Reinigungsdienst. Sie erteilt Ihnen gerne Auskunft unter der Nummer 061 315 24 10.

144669/392873

Wir sind ein modernes Seminar- und Kongresshotel und verfügen über 180 Betten, 22 Seminarräume und eine Aula für bis zu 220 Personen. Unsere Gäste können bei uns tagen, Seminare abhalten, Kongresse veranstalten, Feste feiern und vieles mehr.

Auf Anfang Januar oder nach Übereinkunft suchen wir für unsere Neuausrichtung zum modernen Seminar- und Kongresshotel am Sempachersee und zur Ergänzung unseres Führungsteams eine/n flexible/n

Sales & Convention Manager

in Jahresstellung

In dieser verantwortungsvollen Kaderposition sind Sie Verkäufer/in unserer Konferenz-, Seminar- und Eventräume sowie unserer 100 Gästezimmer, welche ab Frühjahr 2002 alle renoviert und modernisiert sein werden. Sie erarbeiten entsprechende Angebote, akquirieren neue Gäste und Kunden, pflegen den Gästekontakt und sind im und ausser Haus Ansprechpartner/in für unsere Veranstalter. Sie verstehen es zudem, die Gastfreundschaft und die Atmosphäre in unserem Hause sowie unsere Neuausrichtung 2002 entscheidend mitzuprägen und mitzutragen sowie in hektischen Momenten jederzeit die Übersicht und Ruhe zu bewahren.

In den Bereichen Sales und Marketing fachlich gut ausgewiesen, kontaktfreudig, sprachgewandt, effizient und flexibel, wenn möglich mit Fidelio Hotel und Fidelio Sales & Catering vertraut, so stellen wir uns unsere/n neue/n Kadermitarbeiter/in vor!

Ein junges, gästeorientiertes Team, ein wunderschöner Arbeitsort und eine interessante Aufgabe erwarten Sie hier am Sempachersee - senden Sie uns heute noch Ihre Bewerbungsunterlagen, wir freuen uns, Sie schon bald kennenzulernen.

Ausbildungszentrum SRK am Sempachersee

Remo Fehlmann, Direktor
Postfach 161, 6207 Nottwil

Telefon 041 939 23 23

Telefax 041 939 23 24

e-mail: fehlmann_remo.az_srk@bluewin.ch

144640/318450



Sie suchen die Herausforderung in einem motivierten Team? Wir suchen einen Mitunternehmer mit viel Eigeninitiative als

Leiter Restauration

Tragen Sie mit Einsatzfreude zum Erfolg des Seehotels bei!

Wir bieten Ihnen eine spannende Führungsaufgabe direkt am See. Sie mögen Menschen und verfügen über langjährige Berufserfahrungen. Dann zögern Sie nicht länger und senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:
Seehotel Belvédère, Urs Kamberger
Seestrasse 18 / 6052 Hergiswil
Internet: www.hotel-belvedere.ch

Wir suchen auf Januar 2002 oder nach Vereinbarung für unsere kleine Brigade einen

Küchenchef

Auf Ihren Anruf oder Ihre Bewerbung freut sich

Hotel-Restaurant Promenade
E. Maurer-Sonderregger
8200 Schaffhausen
Tel. 052 630 77 77

144740/132268

Mineralheilbad  St. Margrethen

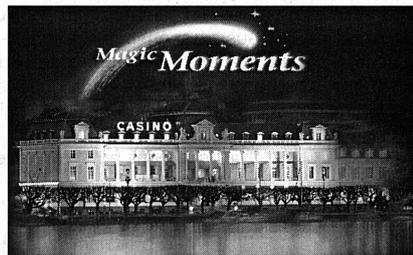
Modernes Restaurant im Mineralheilbad St. Margrethen

Für unser 60plätziges, gut frequentiertes Mineralheilbad-Restaurant suchen wir ab ca. Frühjahr 2002

PächterIn oder GérantIn

Idealerweise sind Sie ausgebildete/r Koch/Köchin und suchen eine neue Herausforderung.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung an Jakob Niklaus Bolt, Mineralheilbad St. Margrethen, Walzenhauserstrasse 2, 9430 St. Margrethen – Informationen Tel. 071 288 51 85
www.mineralheilbad.ch



Das Casino Luzern hat im Oktober 2001 vom Bundesrat eine der begehrten A-Konzessionen zum Betreiben eines Grand-Jeu-Casinos erhalten.

Unser nächstes Ziel ist es nun, im Sommer 2002 das schönste Casino der Schweiz zu eröffnen. Bereits heute ist das Casino Luzern einer der grössten Unterhaltungs- und Restaurationsbetriebe der Zentralschweiz.

In unser junges und innovatives Team suchen wir einen

PROJEKTLEITER CATERING/ CHEF DE SERVICE

(in Jahresstellung)

Unsere Cateringabteilung ist als eigenes Profitcenter ein integrierter und wichtiger Bestandteil unseres Gesamtangebotes.

Wir positionieren uns in erster Linie im VIP-Bereich und sind in diesem Segment bereits heute mit grossem Erfolg für die folgenden Events verantwortlich:

Spengler Cup Davos, CSIO Luzern, Ruderwelt Luzern, die GC VIP-Lounge im Hardturm Zürich, Davidoff Swiss Indoors und diverse Grossbankette bis zu 4 500 Personen.

Wir suchen einen jungen, flexiblen und belastbaren Gastronomieprofi der als rechte Hand des Leiters Catering vor allen Dingen für den Bereich Projektleitung und die Ausführung der Caterings vor Ort verantwortlich zeichnet.

Die Cateringabteilung ist eine der Visitenkarten unseres Hauses und Sie als Repräsentant des Casinos Luzern vor Ort sind dafür verantwortlich unsere Qualitäts- und Leistungsphilosophie in der ganzen Schweiz umzusetzen.

Wir suchen eine frontorientierte Persönlichkeit (Mindestalter 25 Jahre) die die Herausforderung dieser nicht alltäglichen Position mit Elan und Einsatz annimmt und Ihnen die nicht alltägliche Gelegenheit Ihrer Karriere einen weiteren Meilenstein hinzuzufügen. Zusammen mit einem motivierten Team können Sie aktiv am Weiterausbau unseres Leistungsangebotes mitarbeiten und sind massgeblich am Erfolg unserer Unternehmung beteiligt.

Auf Ihre Bewerbung mit Foto freut sich Frau Monika Felix.



Personalbüro, Haldenstrasse 6, Postfach, 6002 Luzern
Tel: 041/418.56.56. /www.casinoluzern.ch

P 144712/22748

Abonnieren und inserieren:

144669/392873

144669/392873

144669/392873

144669/392873

144669/392873

144669/392873

144669/392873

Grindelwald Tourismus

sucht per Mitte 2002 oder nach Übereinkunft aufgrund der geplanten Nachfolgeregelung unseres langjährigen Stelleninhabers

Tourismusedirektorin/ Tourismusedirektor

Sie finden bei uns eine einmalige Natur, eine erfolgreiche internationale Destination, ein sehr modernes Infocenter mit aufgestellten MitarbeiterInnen, eine dem Tourismus positiv eingestellte Bevölkerung und ein sehr vielfältiges, breites Angebot für unsere Gäste.

Wir suchen eine langfristig orientierte Persönlichkeit mit hoher Sozialkompetenz und ausserordentlicher Leistungsbereitschaft, um die Position der Destination Grindelwald im Markt zu halten und auszubauen. Ihre Branchen- und Marketingkenntnisse, das damit im Zusammenhang stehende Beziehungsnetz, die Fremdsprachen D, E, F, Wunsch I, S in Wort und Schrift und Führungserfahrung bilden die Basis für die Stelle. Mit Ihrem Wohnsitz in Grindelwald leben und integrieren Sie sich aktiv in die Region.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung z.H.

inOri GmbH, Otto Risi, Hobachergässli 1, 3800 Matten/Interlaken
Telefon 033 821 21 11
E-Mail otto.risi@swissonline.ch

144732/51888

htr consulting

COOPERATIONSPARTNER



Meine Kundin ist eine attraktive, innovative Unternehmensgruppe der Branchen Touristik, öffentlicher Verkehr und Transport mit Büros im Raum **Bern-Biel-Solothurn**.

Der Unternehmensbereich Touristik erfreut sich einer dynamischen Entwicklung, welche vor allem im Umfeld **Incoming** (nationale Angebote) auch für die Zukunft äusserst positive Perspektiven hat.

Wir suchen den/die

Leiter/-in Reisebüros und Incoming

welche/-r das Incoming-Geschäft weiterentwickelt und die Reisebüros führt (Einkaufs-, Produktions-, Verkaufs- und Operating-Aufgaben). Er/Sie ist ebenfalls für die zielgerichtete Weiterentwicklung der Verkaufsstellen (Outgoing-Angebote) verantwortlich. Einen Schwerpunkt bilden touristische Angebote in Zusammenhang mit "Expo 02" und "Erlebnis Schweiz".

Als ideale/-r Kandidat/-in können Sie sich über Erfahrung in der Reisebranche und spezifisch im Tour-Operating ausweisen. Sie verfügen über die Fähigkeit, kreative Ideen in Aktionen umzusetzen und sind bereit, sich in hohem Mass zu engagieren. Ihre Muttersprache ist Deutsch und Sie sprechen gut französisch oder Sie sind französischer Muttersprache mit sehr guten Kenntnissen der deutschen Sprache (mündlich und schriftlich). Ein guter Bezug zur 3-Seen-Region wäre von Vorteil.

Meine Kundin bietet einem/-r initiativen Macher/-in eine anspruchsvolle und entwicklungsfähige Herausforderung. Informieren Sie sich! - Rufen Sie mich an oder senden Sie mir Ihre Bewerbung. Ich orientiere Sie gerne über Details sowie über das weitere Vorgehen und garantiere für absolute Diskretion:

Hans Fluri, **hf consulting**, Thunstrasse 14, 3005 Bern
Telefon: 031 368 11 81
E-Mail: info@hfconsulting.ch



Im Kur- und Verkehrsverein St. Moritz bieten wir Ihnen auf die kommende Wintersaison die Chance, Ihre Zukunft mit uns zusammen zu gestalten. Als

GästerberaterIn (100% sowie Teilzeit)

geben Sie unseren Gästen das Gefühl, in St. Moritz willkommen zu sein! Sie sind kontaktfreudig, kommunikationsfähig und dank Ihres offenen Charakters eine wertvolle Ergänzung unseres Teams.

Sie sind uns wichtig, denn Sie prägen durch Ihr kundenorientiertes Verhalten unser Bild. Wenn Sie durch die täglich neuen Kontakte mit Gästen und Einheimischen motiviert werden, Internet bzw. neue Technologien für Sie keine Fremdwörter sind und Ihnen projektorientiertes Arbeiten Spass macht, finden Sie bei uns eine neue Herausforderung in einer Jahresstelle.

Sie bringen mit:

- abgeschlossene Berufsausbildung
- gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Italienisch und Englisch, Französischkenntnisse von Vorteil
- Routine im Umgang mit PC und MS-Office
- hohe Leistungsbereitschaft, Belastbarkeit und Zuverlässigkeit
- ausgesprochene Teamfähigkeit
- Idealalter: zwischen 22 und 35 Jahren

Es erwarten Sie:

- vielfältige und verantwortungsvolle Aufgaben in einem zeitgemässen, technologischen Arbeitsumfeld
- ein junges, initiatives und dynamisches Team
- Kontakte zu Gästen und Einheimischen
- vielseitige Freizeitmöglichkeiten in einer fantastischen Tourismusregion
- branchentübliche Anstellungsbedingungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen. Herr Thomas Kirchhofer gibt Ihnen gerne weitere Auskunft unter Telefon 081 837 33 19 oder E-Mail: kirchhofer@stmoritz.ch



Kur- und Verkehrsverein St. Moritz, Personalbüro:
Via Maistra 12, CH-7500, St. Moritz
www.stmoritz.ch

144713/99422

htr

Von der Brasserie bis zur Hotellerie.



Nirgendwo gibts mehr
Stellenangebote.

Abonnieren und Inserieren:
Telefon 031 370 42 22,
Telefax 031 370 42 23,
www.htr.ch

aare seeland mobil

Steigen Sie ins Boot



Wir sind eine attraktive, dynamische Unternehmensgruppe im Bereich Öffentlicher Verkehr – Tourismus mit rund 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Oberaargau und Seeland. In unserem Geschäftsbereich Tourismus haben wir folgende interessante Stellen zu besetzen:

erfahrene/r ReiseberaterIn, Bern

Sie sind massgebend am Aufbau unseres neu zu eröffnenden Reisebüros in Bern beteiligt, Sie organisieren und verkaufen Outgoing-Reisen, Incoming-Gruppenreisen sowie unser Bahnreisortiment, Sie pflegen vielfältige Kontakte und bieten unseren Kunden eine optimale Dienstleistung an.

ReiseberaterIn, Nidau

Ihre Aufgaben sind abwechslungsreich: Sie organisieren und verkaufen Incoming-Gruppenreisen sowie unser Bahnreisortiment. Zudem unterstützen Sie den Geschäftsbereichsleiter in vielfältigen Korrespondenz- und Administrationsaufgaben.

Sie bringen eine kaufmännische Ausbildung, mit Erfahrung in der Reisebranche, mit, haben ein stilsicheres Deutsch sowie gute Englisch- und Französischkenntnisse. Wenn Sie zudem eine engagierte, verantwortungsbewusste und aufgeschlossene Persönlichkeit mit Interesse an einer selbständigen Aufgabe in einem kleinen Team sind, dann sollten wir uns kennenlernen!

Herr Martin Wittwer, Leiter Geschäftsbereich Tourismus, gibt Ihnen gerne weitere Auskunft, Tel. 032 396 04 12. Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an Frau Iris Allemann, Personalleiterin.

Aare Seeland mobil AG, Grubenstrasse 12, 4900 Langenthal
Telefon 062 919 19 11, e-mail: personal@asmobil.ch

Besuchen Sie uns unter www.aare-seeland-mobil.ch

htr

Von Bümpliz bis Casablanca.

Abonnieren und inserieren:
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

EXPRESS-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

Pour employeurs et employé/e/s de l'hôtellerie et de la restauration

031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

Eine Dienstleistung von

hoteljob

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.–, während 1 Jahr für Fr. 600.– (exkl. MwSt.).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.–, pour 12 mois: fr. 600.– (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche / Cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
4552	Pizzaiole	51	NL	A	Dez.	D/F	
4557	Koch/Küchenchef	34	CH	n. Ver.	D		Ost-CH/Tagesbetrieb
4558	Küchenchef	53	DE	C	n. Ver.	D/E/F/I	BS/BL
4563	Commis de cuisine/w	21	CH	sofort	F		Bern + Umgeb.
4567	Küchenchef/Alleinkoch	46	CH	April	F		VS/VD
4569	Koch/Kü/chef	43	CH	Nov.	D/E/F		Skigebiet
4571	Küchenchef	36	CH	Feb.	D/F		Ost-CH
4575	2. Chef de cuisine	26	FR	A	sofort	E/F	West-CH
4576	Koch	22	CH	sofort	D		ZH
4583	Sous-chef/Kü/chef	35	DE	C	sofort	D/E	Luzern + Umgeb.

Service / Service

4530	Kellner	48	ES	C	sofort	D/F/I	BE/GE
4531	Anfangskellner	28	DE	A	Jan.	D/E	zus. m. 4532+4533
4533	Kellner	30	DE	A	Dez.	D/E	zus. m. 4531+4532
4535	Barman	26	CH	Feb.	D/E		VS/GR
4537	Kellner	22	ES	A	Feb.	E	BE
4543	Serviceprakt./w	19	CN	B	Dez.	D/E	
4544	Serviceprakt./w	23	CN	B	Dez.	D/E	
4545	Sefa	19	CH	Dez.	D/E	NE	
4546	Sefa	36	CH	sofort	D/E/F	SG	
4547	Kellner	22	AT	A	Dez.	D/E	BE/ZH
4549	Kellner	32	IT	A	Dez.	D/E/F/I	GR
4550	Kellner	27	AT	A	Dez.	D/E	ZH/BE/LU
4551	Kellner	21	BA	B	sofort	D/E/F	Deutsch-CH
4556	Serviceprakt./w	23	CN	B	Dez.	D/E	
4559	Serviceprakt./w	21	CN	B	Dez.	D/E	

4560	Kellner	27	DE	A	sofort	D/E/I	Deutsch-CH
4561	Chef de service/bar	32	CH	Dez.	D/E		SG/GR/AR/Al
4565	Saalservice/w	26	DE	A	Jan.	D	Interlaken
4572	Kellner/Bufett	29	TN	B	sofort	D/E/F	Bern
4579	Service/w	52	CH	Jan.	D/F/I		
4580	Kellner	49	CH	sofort	D/E/I		
4581	Serviceprakt.	25	CN	B	Dez.	E	

Administration / Administration

1	2	3	4	5	6	7	8
4529	Réceptionist	38	ES	A	sofort	D/E/F	Bergregion
4536	Réceptionsprakt./w	20	CH	n. Ver.	D/E/F	BE/SO	
4540	Geschäftsführer	48	CH	Feb.	D/E/F/I	Rest.	
4541	Personaladmin./w	37	DE	G	Jan.	D/E/F	BS
4555	Réceptionistin	21	CH	sofort	D/E/F	West-CH	
4562	Réceptionistin	45	CH	Dez.	D/F/I	Chur	
4566	Admin.mitarbeiterin	52	CH	Jan.	D/E/F	Bern-Thun	
4568	Réceptionsprakt.	28	CH	sofort	D/E/F	Deutsch-CH	
4570	Récept./Büro/w	45	CH	Dez.	D/F/I	Chur	
4573	Réceptionist	32	GR	A	sofort	D/E	
4574	Night Auditor	21	CH	Dez.	D/E/I	ZH	
4577	Gérant/F&B	42	CH	n. Ver.	D/F	VS/VD	
4582	Admin.mitarbeiterin	28	CH	sofort	D/E/F	Thun-Bern	
4584	Réceptionistin	20	FR	A	Dez.	D/E/F	West-CH

Hauswirtschaft / Ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
4532	Hilfskraft	21	DE	A	Jan.	D/E	zus. m. 4531+4533
4534	Hilfskraft	56	TR	B	sofort	D	BE
4538	Hilfskraft/w	29	IT	A	Dez.	F/I	zus. m. 4539
4539	Hilfskraft	43	IT	A	Dez.	D/F/I	zus. m. 4538
4542	Hilfskraft	33	CH	sofort	D		AC
4548	Zimmerfrau	24	FR	A	sofort	F/I	FR/VS
4553	N-Audit./Concierge	49	CH	Jan.	D/E/F/I	ZH/BS/LU	
4554	Portier/Chauffeur	47	PT	A	Dez.	D/E/F/I	
4564	Zimmerfrau	32	PT	A	sofort	D/F	Zürich
4578	Hilfskraft	23	IT	A	sofort	I	



- 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)

144454/04735

SUCHEN SIE EINE STELLE UND SIND VOM FACH?

Dann füllen Sie am besten gleich den untenstehenden Bewerbungstalon aus. Ihr Inserat erscheint gratis während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel + tourismus revue.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié/e dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et votre annonce paraîtra gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel + tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité:	Eintrittsdatum / Date d'entrée:
Art des Betriebes / Type d'établissement:	Bevorzugte Region / Région souhaitée:
Name / Nom:	Vorname / Prénom:
Strasse / Rue:	PLZ/Ort: / NPA/Lieu:
Geburtsdatum / Date de naissance:	Nationalität / Nationalité:
Telefon privat / No de téléphone privé:	Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel:
Arbeitsbewilligung / Permis de travail:	
Bemerkungen / Remarques:	
Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques:	
Deutsch / Allemand: _____ Französisch / Français: _____ Italienisch / Italien: _____ Englisch / Anglais: _____	
(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)	
Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois:	
Betrieb / Etablissement: _____ Ort / Lieu: _____ Funktion / Fonction: _____ Dauer (von/bis) / Durée(de/à): _____	
1. _____	
2. _____	
3. _____	

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

Ich bin mit der Bekanntgabe meiner Daten (Name, Adresse, Telefon, etc.) einverstanden: Ja - Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): Oui - Non
 Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Wir benötigen keine Zeugniskopien! Senden Sie (bitte nicht per Fax) den gut leserlich ausgefüllten Bewerbungstalon an:
 Il n'est pas nécessaire d'envoyer des copies de certificats. Veuillez nous retourner le talon de demande d'emploi dûment rempli et bien lisible par la poste (et non par fax s.v.p.) à l'adresse suivante:
Schweizer Hotelier-Verein, Express-Stellenvermittlung, Postfach, CH-3001 Bern / Société suisse des hôteliers, Service de placement express, case postale, CH-3001 Berne

HOTEL MONT CERVIN UND RESIDENCE

ZERMATT



**Es gibt keine unnützen Erfahrungen,
nur ungenutzte.**

Nützen Sie die Gelegenheit, im Seiler Hotel Mont Cervin und Residence****, Mitglied der «Leading Hotels of the World», Ihr Wissen und Können anzuwenden und neue Erfahrungen zu sammeln. Bezeichnen Sie sich als sprachlich und fachlich gut ausgebildet, aufgestellt und motiviert? Dann haben wir für die Wintersaison 2001/02 und evtl. die Sommersaison 2002 die passende Stelle für Sie:

Chef de vins/Sommelier D/F/E
mit Berufserfahrung

Für unser à la carte Restaurant «Le Cervin»

Chef de service D/F/E m/w
mit Erfahrung im à la carte service

Welche/r als Gastgeber sich mit Eleganz und Herzlichkeit um das Wohl unserer anspruchsvollen, internationalen Gäste sorgt und sein 3köpfiges Mitarbeiter-Team mit Freude und Kompetenz führt und unterstützt.

Bereit für eine neue Erfahrung? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Unterlagen mit Foto an:

Seiler Hotels Zermatt AG
Frau Catherine Imhof
3920 Zermatt
Tel.: 027 966 87 54
Fax: 027 966 87 57
E-Mail: personalbuero@seiler-zermatt.ch
Website: www.zermatt.ch/montcervin



HOTEL RESTAURANT ***

Panorama

BETTMERALP, WALLIS

Wir sind ein kleines und feines
Drei-Stern-Hotel mit à-la-carte-Restaurant
und Sonnenterrasse.

Für die Wintersaison evtl. länger
bieten wir eine Stelle an für
einsatzbereite und freundliche

Servicefachangestellte und Servicemitarbeiterin

Eintritt ab 1.12.01 od. n. V.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf:

Fam. Fredy Schmidhalter-Früh
3992 Bettmeralp
Tel. 027 927 13 75 / Fax 027 927 38 75
E-Mail: panorama@bettmeralp.ch
www.bettmeralp.ch/panorama

144699/321966

HOTEL-RESTAURANT
BAR

Chruég

P. + E. Mügeli-Weiss
Ipsach am Bielersee
Tel. 032 331 50 11
Fax. 032 331 50 69

WILLKOMMEN AN BORD

Unser anspruchsvoller und lebhafter 3***Hotel- Restaurant-Barbetrieb liegt mitten im Herzen der Expo 02 Region, 2 km von der Stadt Biel entfernt. Damit wir den zukünftigen Herausforderungen getrost entgegen sehen können, suchen wir ab Mai-Oktober 2002 zur Verstärkung unseres Teams geeignete Mitspieler.

Arbeiten Sie gerne in einem jungen dynamischen Betrieb und möchten uns mit Ihrem fachlichen Können unterstützen? Dann verwöhnen wir doch in der kommenden Sommersaison unsere Gäste gemeinsam.

Wir freuen uns über Ihre Bewerbung mit Foto oder auf Ihren Anruf.

144539/47309



Superior First Class • Riverfront • 100 Zimmer

RIVERVIEW
RESTAURANT

Central
CAFÉ • BAR



Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung
für unsere Küche:

- **Sous-Chef m/w**
- **Chef de Partie m/w**
- **Köche m/w**
- **Anfangsköche m/w**

Rufen Sie Frau Lüneburg, Personalkoordinatorin, an,
Tel. 01 251 50 02

Montag - Freitag: 10.45 - 12.00 Uhr / 16.00 - 18.00 Uhr
oder schreiben Sie uns:

The Central Plaza Hotel, Personalbüro, Central 1, 8001 Zürich.
personal@central.ch

144747/40070

Lenzerheide Valbella
CHARMANTER PIZAS KAS

mitarbeiten - mitgestalten

Hotel 1. Klasse sucht zur Ergänzung
des Teams für die Wintersaison
2001/2002 (ca. Mitte Dezember '01 bis
ca. Mitte April '02) mit der Möglichkeit
für die folgende Sommersaison:

Küche:

- **Chef de partie**
- **Commis de cuisine**

Vielseitiges Angebot mit Einblick
in die Vollwertküche

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.
Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an:
Herrn E. Frauchiger, persönlich

142639/35521



Hotel **VALBELLA INN**
CH-7077 Valbella-Lenzerheide
Telefon 081/384 36 36 www.valbellainn.ch
Telefax 081/384 40 04 hotel@valbellainn.ch
Familie E. und R. Frauchiger

CASINO ZÜRICHHORN

144633 11

Lake Side

Restaurant | Bankette | Café | Bar

Für unser LAKE SIDE Casino Zürichhorn suchen wir per sofort oder nach
Vereinbarung:

- HUMAN RESOURCE

Für diese Stelle suchen wir einen loyalen, unternehmerisch denkenden und
zuverlässigen Menschen mit Führungspotential. Sie sind mitverantwortlich für
die Personalrekrutierung, das Lohnwesen und dazugehörnde administrative
Arbeiten.

Zusätzlich suchen wir für unser Restaurant:

- **CHEF DE SERVICE**
- **CHEF DE RANG**

Verfügen Sie über eine fundierte Ausbildung? Bereitet es Ihnen Freude unsere
internationale Kundschaft mit Charme, Humor und dem gewissen etwas zu
verwöhnen? Wenn ja, sind Sie in unserem jungen und engagierten Team ge-
nau richtig.

Zur Unterstützung unserer Küchenbrigade suchen wir:

- **CHEF DE PARTIE**
- **PATISSIER**

Diese Stellen eignen sich ideal für Bewerber/innen, die bereits erste Erfahrun-
gen in ähnlichen Positionen gesammelt haben und beruflich weiter kommen
wollen.

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto:

Lake Side Casino Zürichhorn
Jürgen Linhardt, Stv. Direktor
Bellervest. 170, 8008 Zürich
www.lake-side.ch

144650/40550

Gastrag

friendly Restaurants and Hotels

Wir sind ein Unternehmen der Markengastronomie
und führen gesamtschweizerisch 25 Restaurants,
Pubs und Hotels. Zur Ergänzung unseres Teams in
der Zentrale in Basel suchen wir einen

Food Creator

der Freude an der Weiterentwicklung des
Foodangebotes unserer verschiedensten bestehen-
den und neuen Konzepte hat.

Sie haben Ihre beruflichen Wurzeln in der Küche
(Berufslehre als Koch), sich kontinuierlich fortgebil-
det und beherrschen heute mündlich die englische
Spache. Sie sind kreativ, ca. 30 Jahre alt, (Auto)-mo-
bil, flexibel und bereit sich der neuen Herausforde-
rung zu stellen. Sie behaupten von sich gastronomi-
sches Flair zu besitzen und haben „die Nase im
Wind“.

Ihr Aufgabengebiet umfasst die Verhandlung mit den
Produzenten und Lieferanten, die Kontrolle der erar-
beiteten Qualitätsstandards, das Entwickeln neuer
Angebote (eigene Testküche) in Zusammenarbeit mit
den Lieferanten. Ausserdem sind Sie für die Entwick-
lung, Überwachung und Kontrolle der Reinigungs-
standards (HACCP), sowie für die Schulung der Mit-
arbeiter in den Betrieben in den Bereichen Hygiene
und Küche verantwortlich.

Genau das Richtige für Sie? Dann senden Sie Ihre
Bewerbungsunterlagen an:

Gastrag - friendly Restaurants and Hotels

Rolf Sallenbach
Eilsbethenanlage 7, 4002 Basel
r.sallenbach@gastrag.ch
www.gastrag.ch



RESTAURANT KRONENHALLE ZÜRICH

In unser traditionsreiches Restaurant mit promi-
nenter internationaler Kundschaft suchen wir per
sofort oder nach Vereinbarung Schweizer (oder
Ausländer mit Berufslehre und Bewilligung C) zur
Ergänzung unserer Küchenbrigade.

CHEF DE PARTIE

mit guten Fachkenntnissen.

Richten Sie Ihre Bewerbung bitte an:

Herrn H. Lichtenberg, eidg. dipl. Küchenchef,
Rämistrasse 4, 8001 Zürich,
der Ihnen gerne telefonische Auskunft erteilt:
Telefon 01 252 03 92.

144497/130508



DIE ALPENARENA

BERGHAUS NAGENS 2127 m ü.M.

Eines der grössten Berghäuser der Alpen, mitten im Ski-
gebiet gelegen. 130 Betten, 1350 Innen- und Aussen-
plätze, SB-Free-Flow, Marché-Restaurant, Hausbar und
Icezapfa-Schneebar

Wir suchen per Mitte Dezember bis Mitte April

HOFA / Gouvernante

Für Zimmerkontrolle, Ueberwachung
von Office, Lingerie und Buffet, Gästebetreuung

Wir erwarten Praxis in einem ähnlichen Betrieb, Einsatz-
bereitschaft, Belastbarkeit. PC- und Sprachkenntnisse
(E/I) von Vorteil.

In unserem lebhaften Unternehmen erwartet Sie eine in-
teressante und selbständige Tätigkeit. Wir bieten Ihnen
ein Saisonabonnement der Bergbahnen, ein angenehmes
Arbeitsklima und Unterkunft im Betrieb (An Freitagen
Übernachtungsmöglichkeit im Tal).

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung an:

Berghaus Nagens
Dieter Kramer, 7017 Flims-Dorf, (Telefon 081/927.99.20)

Weitere Jobs unter: <http://jobs.alpenarena.ch>

144728/392737



Reichgasse 11
CH-7000 Chur
Telefon 081 252 35 55
Telefax 081 252 19 15

Bündner Gastlichkeit in Arvenholzatmosphäre

Übernehmen Sie Verantwortung als

Assistentin Reservationsbüro/Empfang

Wir erwarten:

- kaufm. Ausbildung erwünscht
- Erfahrung in Réception / Reservation
- Sprachkenntnisse D / E
- Selbständigkeit
- Führungserfahrung von Vorteil
- EDV-Erfahrung (Fidelio und Word/Excel)
- kommunikative Persönlichkeit

Wir bieten:

- geregelte Arbeitszeiten (SA/SO frei)
- 41-Std.-Woche
- zeitgemässes Salär
- gutes Arbeitsklima
- bestimmt nie Langeweile!

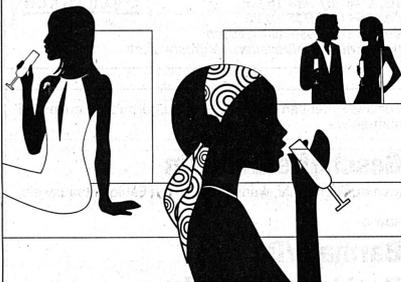
Eintritt ab 1.12.2001 oder nach Vereinbarung

Das Romantik Hotel Stern ist das führende Hotel in Chur, gelegen am Rande der Altstadt.

Auf Ihre Bewerbung mit Foto freut sich
Liliane Nyffenegger, Personalchefin.

144686/7927

Romantik Hotel Stern
Reichgasse 11, 7000 Chur
Telefon 081 252 35 55



Willkommen im Mittelpunkt des Geschehens

Willkommen im Zentrum von Luzern. Mit unseren zwei Viersternhäusern "Astoria" und "Schiller" sowie "The Hotel" - dem vom Pariser Stararchitekten Jean Nouvel erbauten Boutique-Hotel - bieten wir Aussergewöhnliches. Unsere Restaurants Bam Bou (14 Punkte Gault Millau), Thal Garden (15 Punkte Gault Millau), Latino (15 Punkte Gault Millau), La Cucina und Cucaracha sind Legende und mit der Penthouse-Dach-Bar, der Casablanca-Bar und dem Prava-Dance-Club sind wir auch in Luzerns Nachtleben fest verankert.

Wir suchen mit Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung:

- | | |
|--------------------------|-------------------|
| Commis de cuisine | Restaurant Latino |
| Chef de partie | Restaurant Latino |
| Sous-chef | Hotel Schiller |
| Chef de bar | up to you! |
| Barmaid | up to you! |

Melden Sie sich bei Thomas Staub (Tel. direkt 041 226 88 22) oder senden Sie Ihre kurze Bewerbung mit aktuellem Foto (tstaub@astoria-luzern.ch).

Hotel Astoria, Pilatusstrasse 29, CH-6002 Luzern
www.astoria-luzern.ch/jobs

144597/2267

HOTEL-RESTAURANT BAR Chrueg

P. + E. Mügeli-Weiss
Ipsach am Bielersee
Tel. 032 331 50 11
Fax. 032 331 50 69

VON ANFANG AN DABEI SEIN

Mitten im Herzen der Expo.02-Region, 2 km von der Stadt Biel entfernt, eröffnen wir unser neues Selbstbedienungss-Seerestaurant.

Dafür suchen wir für die Sommersaison (Mai-Oktober 2002) selbständige und innovative Persönlichkeiten, damit wir den zukünftigen Herausforderungen getrost entgegengehen können.

Arbeiten Sie gerne in einem jungen, dynamischen Betrieb? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbung mit Foto, oder rufen Sie uns an.

144540/47309

das **widder hotel** - moderne architektur in 8 historischen altstadthäusern. 49 individuell gestaltete zimmer im herzen der zürcher city. widder bar, 3 restaurants sowie 6 banketträume. wir suchen nach vereinbarung qualifizierte mitarbeiter/innen mit berufserfahrung als

W I D D E R H O T E L

bankett salesassistent/in/-koordinator/in

kommunikativ, sprachbegabt d, e, f, pc-kennntnisse, detailpflege

etagengouvernante

engagiert, initiativ, zuverlässig

commis pâtissier

qualitätsbewusst, selbständig, engagiert

entspricht ihnen ein arbeitsplatz in einem jungen team, der ihrer persönlichen weiterentwicklung rechnung trägt? dann freuen wir uns auf ihre ausführliche bewerbung mit foto.

widder hotel, rennweg 7, 8001 zürich, tel. 01/224 25 26, fax 01/224 24 24
administration@widderhotel.ch / www.widderhotel.ch



144720/379204

Wir suchen per sofort oder nach Über-
einkunft

Jungkoch/-köchin

zur Ergänzung unseres Superteams unter der Leitung von Georg Putz oder Herrn Thomas Häfliger.

Diese freuen sich auf Ihre Bewerbung.

RESTAURANT

OBERNAU

S A G E L S C H N I T T E

Das geeignete Lokal für Gourmet-Freunde
Grosse Sonnenterrasse • Genügend eigene Parkplätze
Grosser Saal, ideal für Familienfeiern, Hochzeiten, Firmenanlässe
VBL-Bus Nr. 1 Station «Stampeli» vor dem Haus
6012 Obernau/Kriens, Telefon 0 41 320 43 93

144643/346829

Restaurant Schützenstube
in Zofingen, Kanton Aargau, sucht per
sofort oder nach Vereinbarung

Küchenchef

(mit Erfahrung)

Serviceangestellte

Tel.-Nr. 062 751 93 77 (Herrn Antonazzo
verlangen)

144681/386251

Über Internet und nette Gäste.

Abonnieren und inserieren:
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23,
www.htr.ch



ZUM GOLDENEN KOPF

Eine Gelegenheit für pfiffige, junge
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ihr zukünftiger Arbeitsort ist ein historisches Gebäude
mitten im Zentrum des sympathischen Städtchens
Bülach - neu renoviert. Wir sind motivierte Gastgeber,
die ein neues Haus zu einem Geheimtip über
die Region hinaus bekannt machen wollen.

Koch/Köchin mit abgeschlossener Berufsausbildung, Pâtissier, Réceptionist/in

Mit Ihrer Hilfe verwöhnen wir unsere Gäste.
Senden Sie uns raschmöglichst Ihre Bewerbung
mit den üblichen Unterlagen oder rufen Sie uns an.
(Teilzeit möglich)

Hotel Restaurant Zum Goldenen Kopf
Yolanda und Leo Urschinger
Marktgasse 9, 8180 Bülach
Telefon 01 872 46 46, Fax 01 872 46 00



RENAISSANCE. ZÜRICH HOTEL

Die Hotelkette Marriott International bietet viele Karrieremöglichkeiten innerhalb des Konzerns mit über 2.000 Hotels weltweit. Dazu gehören verschiedene Hotelmarken. In Europa sind die Marken Marriott, Renaissance, Courtyard by Marriott und Ramada Hotels vertreten.

Wir sind das führende Geschäftshotel der Luxusklasse mit 204 Zimmern und Suiten, zwei Restaurants/Bar, Health-Club sowie Konferenz- und Banketträumlichkeiten bis zu 600 Personen und haben folgende Positionen zu besetzen:

Floor Supervisor/Etagengouvernante

per 01.12.01
(zwei bis drei Jahre Berufserfahrung in ähnlicher Position,
gute Deutsch- und Englischkenntnisse)

Unterhaltstechniker

per 01.01.02
(vorzugsweise mit Erfahrung im Heizungssanitär- und Elektrobereich)

Reservation Clerk

per 01.02.02
(Front Office-Erfahrung, gute Deutsch- und Englischkenntnisse)

Commis de cuisine

per 01.02.02
(Deutsch- und Englischkenntnisse)

Commis de rang

per 01.02.02
(Deutsch- und Englischkenntnisse)

Booking Center Coordinator

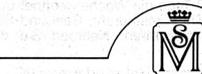
per 01.03.02
Zimmer- und Bankett Gruppenbuchungen
(Erfahrung in ähnlicher Position, gute Deutsch- und Englischkenntnisse)

Assistant Banqueting Manager

per 01.03.02
(Berufserfahrung in ähnlicher Position,
Deutsch- und Englischkenntnisse)

Interessiert? Dann rufen Sie unsere Personalchefin, Frau Susanne Eichenberger, an oder senden Sie Ihre vollständige Bewerbung bitte an:

Renaissance Zürich Hotel
Personalabteilung
Talackerstrasse 1 • 8152 Glattbrugg
Tel. 01 874 57 10



KLINIK SCHLOSS MAMMERN

Akutspital für innere Medizin
mit integrierter Rehabilitation

In grossem Park direkt am Untersee (Bodensee)
gelegen, 125 Betten und 170 Mitarbeiter.

Für unseren Geschäftsführenden Direktor suchen wir per
Mitte Januar 2002 eine:

Direktionssekretärin

(Arbeitspensum 100%)

Die idealen Voraussetzungen für diese Stelle sind eine kaufmännische Ausbildung und sehr gute Kenntnisse im Umgang mit PC (Word/Excel). Alter zwischen 25 und 35 Jahren. Für die vielseitige Tätigkeit, die wir Ihnen gerne persönlich erläutern werden, benötigen Sie zudem ein Flair für Organisation, Belastbarkeit und präzise Arbeit.

Das Arbeitsgebiet beinhaltet die Terminüberwachung, selbständige Korrespondenz Deutsch und zum Teil Englisch oder Französisch, die Konzert-Organisation, Sekretariatsarbeiten für den Verein Ostschweizer Privatkliniken (OPK).

Im Gegenzug bieten wir eine vertrauliche, vielseitige Tätigkeit in einem führenden Akutspital mit den Dienstleistungen der Erstklasshotellerie an.

Ihre vertraulichen Unterlagen senden Sie bitte an die untenstehende Adresse. Wir garantieren Ihnen absolute Diskretion und freuen uns auf Ihre interessante Bewerbung. Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte direkt an E. Roger Guterson, Geschäftsführender Direktor, Tel. 052 742 11 11.

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an:

KLINIK SCHLOSS MAMMERN
Flandrina C. von Salis, Vize-Direktorin/Personalchefin
8265 Mammern (Bodensee) TG
++41 52 742 11 11
fvs@klinik-schloss-mammern.ch
www.klinik-schloss-mammern.ch

144731/23728

WORLDWIDE HOSPITALITY

TULIP INN

LUZERN

Golden Tulip, eine der grössten Hotelketten Europas, sucht für ihr im April 2001 neu eröffnetes "Tulip Inn Luzern"**** ab sofort oder nach Vereinbarung einen/eine:

Bankettleiter/in mit Banketterfahrung
Réceptionist/in D,E,F mit Berufserfahrung, auch Teilzeit
Service Aushilfen (auf Abruf, gute Entlohnung)
Chef de partie/Commis de cuisine

Wir:

- ✓ sind ein junges, internationales und stark expandierendes Unternehmen
- ✓ arbeiten mit modernen technischen Hilfsmitteln
- ✓ verfügen über gute Weiterbildungsmöglichkeiten und eine eigene Business School
- ✓ bieten Vergünstigungen in über 450 Hotels weltweit

Sie:

- ✓ suchen eine neue Herausforderung?
- ✓ sind motiviert, kreativ und teamfähig?
- ✓ haben Erfahrung in ähnlicher Position?
- ✓ möchten beim Aufbau eines modernen 3-Sterne Hotels mithelfen?

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
 Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung:

Golden Tulip Hotel Betriebsgesellschaft Luzern AG,
 Katja Biner, Löwenstrasse 16, 6004 Luzern
 ☎ (041 418 3333)

INTERNET: <http://www.goldentulip.ch>
 E-Mail: katja.biner@tuluzern.goldentulip.nl

GOLDEN TULIP HOTELS AND KLM COMPANIONS IN TRAVEL

Neueröffnung – Anfang Januar 2002
 Restaurant «Zum Goldenen Wagen» – Oberkirch LU
 Von Anfang an mit dabei sein!

Die eigenen Ideen einbringen und verwirklichen. Mit Leidenschaft, Kreativität und Können verwöhnen Sie unsere Gäste. Mit Freude, gesundem Menschenverstand und fachlicher Kompetenz führen und fördern Sie die Küchenbrigade

Sie: **unser/e Küchenchef/in**

Das Konzept sieht eine klassische, gutbürgerliche Küche, angereichert mit saisonalen Spezialitäten, verfeinert mit marktfrischen Tagesangeboten und vervollständigt mit Grossmutter's Sonntags-Gerichten vor.

Eine top moderne Küche und ein junges, motiviertes Team erwarten Sie. Natürlich gehört ein der Position entsprechendes Salär sowie 5 Wochen Ferien und die Möglichkeit zur persönlichen Weiterbildung ebenso dazu.

Unser Team braucht noch weitere Verstärkung: Wer spürt den Drang nach Veränderung? Ob Sie Ihre Kochlehre eben erst abgeschlossen haben oder schon über einige Berufspraxis verfügen, wichtig ist: Sie sind ambitioniert, flexibel und haben Spass an der Arbeit.

Haben wir den Nagel auf den Kopf getroffen? Dann sind Sie unser:

Koch/Köchin

Der goldene Wagen hat 7 Tage die Woche geöffnet und bietet mit Wintergarten, Dorf-Restaurant, Saal und Säli unzählige Entfaltungsmöglichkeiten. Nehmen Sie die Herausforderung an?

Ja, dann nichts wie hin zum Telefon oder zum PC.
 Telefon 01 / 700 26 44 oder 079 / 341 50 92
 Internet: majoma@bluewin

schriftlich: Hans + Madeleine Mandl
 Schwandenstrasse 3, 8143 Stallikon
 Wir freuen uns auf Sie!

...mer hold für Sie d'Starne vom Himmel...

144660/396298



Für unsere Spitalküche suchen wir auf den 1. Februar 2002 oder nach Vereinbarung einen/eine

Bäcker-Konditor/in oder Konditor-Confiseur/in

Als unser neuer Mitarbeiter/unsere neue Mitarbeiterin stellen Sie für unsere Patientinnen/Patienten und die Besucherinnen/Besucher unserer Cafeteria täglich frische Backwaren her (Torten, Kuchen und Patisserie).

Initiative, Qualitätsbewusstsein, Selbständigkeit sowie Freude an der vielseitigen Arbeit und an kollegialer Zusammenarbeit gehören zu den Voraussetzungen unseres/unserer künftigen Mitarbeiters/Mitarbeiterin. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Herr Bläsi, Leiter Ökonomie, jederzeit gerne zur Verfügung (Tel. 041 875 51 07).

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an das Kantonsspital Uri
 Herr W. Bär, Personalchef
 6460 Altdorf
 (Telefon 041 875 51 03)

229210/144653

Rehabilitationszentrum

CH-7272 Davos Clavadel
 Telefon: +41 81 414 42 22
 www.zhd.ch

Zürcher
 Höhenklinik
 Wald

Wir suchen für unser Rehabilitationszentrum mit 100 Betten

HOFA oder SEFA

Wir erwarten: • abgeschlossene Ausbildung mit Fähigkeitsausweis
 • Engagement für aktive Zusammenarbeit mit dem Pflegeteam
 • Belastbarkeit
 • sehr gute Deutschkenntnisse

Wir bieten: • interessante Mitarbeit in einem modernen Hotelleriekonzept mit Raum für Eigeninitiative und Kreativität
 • aussergewöhnlichen Arbeitsplatz
 • hausinterne und -externe Weiterbildungsmöglichkeiten
 • Arbeitsort mit hohem attraktiven Freizeitwert

Interessiert? Rufen Sie an oder besuchen Sie uns nach Voranmeldung. Frau Marianne Gessler, Leiterin Hotellerie, gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte (Tel. 081 414 40 20 direkt).

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an die Zürcher Höhenklinik Davos, Frau Susi Stutz, Personalassistentin 7272 Davos Clavadel, Tel. 081 414 42 22

Wintersaison
 Wir, das sonnigste Gastro-Team im Toggenburg suchen ab ca. 20. Dezember noch folgende bestqualifizierte Mitarbeiter:
Réceptionist/in
 mit Fidelio-Erfahrung
Pub-Bar-Leiterin
Chef de Partie
 Haben Sie Lust in einem jungen und motivierten Team die nettesten Gäste im Toggenburger Winter-Wunderland zu verwöhnen? So erreichen Sie uns:
 Paul Bautler, Hotel Sonne,
 9658 Wildhaus ☎071 / 9992133



HOTEL-RESTAURANT BELLEVUE FLIMS

dann suchen wir Sie auf Anfang oder Mitte Dezember

Réceptionist/in oder
Réceptions-Praktikant/in

für Aufgaben am Empfang wie in übrigen Bereichen des Betriebes

Bardame

in 424 Jahre alten Gewölbe-Keller mit Live-Musik

Serviceangestellte
 Speiseservice

Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren unverbindlichen Anruf.

HOTEL-RESTAURANT BELLEVUE
 CH-7017 Flims
 Marianne Tobler und Rolf Joos
 Telefon 081 911 31 31
 www.flims.ch/bellevue

144660/11134

Sie haben Freude an einem guten Teamwork und lieben eine abwechslungsreiche Tätigkeit in der bekannten Winterdestination Alpenarena, Flims-Laxx-Falera,

HOTEL JUNGFRAUBLICK WENGEN

Ganz nah am Himmel



Sympathie als Grundwert!

Die Leistungen unseres Teams werden im Rahmen der ***-Kategorie als hervorragend beurteilt. Internationales Hotel, 65 Betten, Einzelgäste und Wochenangebote, wunderschöner Arbeitsort in autofreiem Kurort. Für die Wintersaison, Eintritt 15.12.01 – Anfang April 02 suchen wir per sofort:

- **Praktikant/in**
für Réception und Saalservice, sprachenkundig.
- **Tournante**
für Hauswirtschaft und Saalservice.

Rolf Frick, Hotel Jungfraublick, 3823 Wengen
 033 855 27 55, www.jungfraublick.com



Für unser Bergrestaurant, mitten im Skigebiet von Obersaxen auf 1719 m ü. M., suchen wir für die Wintersaison 01/02 noch folgende Mitarbeiter zur Ergänzung unseres jungen Teams:

Hilfskoch
Officemitarbeiter/in

Es erwarten Sie angenehme Arbeitszeiten in einem Tagesbetrieb, und das Bergbahnen-Skiabonnement erhalten Sie kostenlos! Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie Ihre Bewerbung mit Foto an die folgende Adresse:

Bergrestaurant Wäli
 S. + G. Stegmaier,
 CH-7134 Obersaxen GR,
 oder rufen Sie uns an:
 Tel. 0041/81 936 16 95
 Fax 0041/81 936 10 25
 e-mail: bergrestwae@gmx.ch
 home: <http://gelbesseiten.bergrestwae.ch>



144660/29988

Für das American Disco Pub im Bürgerbad in Leukerbad suchen wir

Geschäftsführer/in

(eventuell Ehepaar, wenn möglich mit Fähigkeitsausweis) sowie

Barmaid/Barman

Resident Discjockey

Allrounder

(Security und Unterhalt)

Eintritt ab sofort oder nach Vereinbarung.

Ihre Bewerbung mit kompletten Unterlagen und Foto senden Sie bitte an folgende Adresse:

Bürgerbad Leukerbad
 Daniel Leuenberger
 3954 Leukerbad

144660/415312

chesa ROSATSCH

HOTEL chesa ROSATSCH

CH-7505 CELERINA

TELEFON 081 837 01 01

FAX 081 837 01 00

E-MAIL: hotel.rosatsch.chINTERNET: www.hotel.rosatsch.ch

Das einzigartige Unikat-Hotel im Herzen Engadins mit seinem typischen Engadiner Ambiente sucht in Jahres- oder Saisonstelle (ab 1. Dezember 2001) Verstärkung für

EMPFANG/RÉCEPTION

Wenn Sie eine Hotelfach-Ausbildung, Fidelio- & Italienisch-Kenntnisse, Freude an der Natur und am Skifahren oder Boarden haben, würden wir uns auf Ihre Bewerbung freuen!

Corinne Gschwend, Dir. Assistentin
 Christian Caffisch, Gastgeber

144658/77941



Altersheim der Gemeinde Horgen

Tödistrasse 20
 8810 Horgen
 Tel. 01 718 11 00

Unser Heim mit Platz für ca. 80 Gäste, an schönster Aussichtslage mit Blick auf den Zürichsee, bietet Ihnen einen interessanten Arbeitsplatz.

Macht es Ihnen Freude, Gäste zu verwöhnen? Möchten Sie unser Hauswirtschaftsteam kompetent ergänzen? Suchen Sie eine neue Herausforderung? Mit Ihrem Fachwissen sowie Ihrem gastfreundlichen Umgang mit Menschen sind Sie bei uns herzlich willkommen.

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung

Hotelfachassistentin

zur Mitarbeit in der Wäscheversorgung, für Zimmer- und allgemeine Reinigungsarbeiten sowie Mithilfe in Speisesaal und Cafeteria.

Es erwartet Sie:

- ein junges, motiviertes und kompetentes Team, das sich auf Sie freut
- eine vielseitige Arbeitsstelle mit attraktiven Arbeitsbedingungen
- ein ansprechendes Gehalt, das den Anforderungen entspricht
- auf Wunsch Zimmer im Haus

Wenn Sie noch mehr wissen möchten, zögern Sie nicht, rufen Sie Frau Schmid,

Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin, oder Herrn Robert Zwahlen, Heimleiter, an (Tel. 01 718 11 00). Über Ihre schriftliche Bewerbung würden wir uns sehr

freuen. Richten Sie diese bitte an die Heimleitung, Altersheim der Gemeinde Horgen, Tödistrasse 20, 8810 Horgen.

144701/202452



SWISS HOLIDAY PARK AG
CH-6443 Morschach
Telefon 041-825 50 50
Telefax 041-825 50 60
info@swissholidaypark.ch
http://www.swissholidaypark.ch

Wir sind der grösste Ferien- und Freizeitpark im Herzen der Zentralschweiz, welcher unseren Gästen eine optimale Verbindung von Hotellerie, Sport- und Erlebnispark sowie Kongress- und Seminarforum bietet.

Zur Ergänzung unseres Küchenteams suchen wir einen:

asiatischen Koch

In einem kleinen Team integriert, verwöhnen Sie unsere Gäste täglich mit Ihren umfassenden Kochkünsten.

Sie sind asiatischer Abstammung, verfügen über eine entsprechende Ausbildung, eine gültige Jahresaufenthaltsbewilligung sowie gute Deutschkenntnisse.

Wir bieten Ihnen in einem internationalen Umfeld eine abwechslungsreiche und vielseitige Aufgabe sowie diverse Mitarbeitervergünstigungen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann senden Sie noch heute Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Herrn Daniel Frei oder rufen einfach an auf Telefon 041 825 50 20.

144660/384837



Gasthof Löwen
8321 Wildberg

Ein Gasthof im Zürcher Oberland an der Hauptstrasse von Turbenthal nach Fehlratof.

Wer will mithelfen daraus ein Speiserestaurant zu realisieren? Ich suche auf 1. Januar oder nach Absprache

Serviceangestellte/n

die/der auch andere Arbeiten übernehmen und in der Hauswirtschaft mithelfen.

Ich freue mich auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf

Breitenstein Andreas

Gasthof Löwen
Hauptstrasse, 8321 Wildberg
Telefon 052 385 23 64

144654/413693

Hotel Restaurant Luna
CH-3812 Wilderswil/b. Interlaken

sucht nach Übereinkunft

Küchenchef/Geschäftsführer
Sie sind eine jüngere Persönlichkeit mit Erfahrung und Führungsqualitäten

Koch (w/m)

Aide du Patron / Chef de Service m/w
(mit Erfahrung)

per Mai 2002 oder nach Übereinkunft

Zimmermädchen

Kost & Logis auf Wunsch im Hause. Gerne erwarten wir Ihre schriftliche Bewerbung mit Unterlagen & Foto an:

Hotel-Restaurant Luna
F. & F. Amacher
CH-3812 Wilderswil
E-Mail: hotellunawilderswil@bluewin.ch
Fax: 033 822 84 94

144721/38083

flora LUZERN

Für unseren lebhaften Hotelbetrieb im Zentrum von Luzern mit 287 Betten, Restaurant, Dancing und zwei Bars suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen/n

Serviceangestellter/in
"Le Restaurant"

Teamfähigkeit, Motivation, Herzlichkeit stehen für uns im Zentrum der täglichen Zusammenarbeit!

Barmitarbeiter/in
"Adagio"

In unserem Team pflegen wir einen kollegialen Umgang sowie eine selbständige Arbeitsweise.

Haben Sie Erfahrung, gute Sprachkenntnisse und sind Sie verantwortungsbewusst?

Natasha Meijer freut sich auf Ihre Bewerbung oder Ihren Anruf!



Best Western Hotel Flora, Seidenhofstrasse 5, 6002 Luzern
Tel 041/227 66 66 Fax 041/227 66 77 www.flora-hotel.ch flora@lag.ch



HIRSCHEN WILDHAUS

Für unser ***-Hotel- und Restaurationsbetrieb mit 67 Zimmern und gutbesuchtem Restaurant suchen wir auf die kommende Wintersaison oder eventuell auch etwas früher einen fachlich gut ausgebildeten, jüngeren

Sous-chef
Chef de partie

Wir verwöhnen unsere Gäste mit markfrischer Küche und einem schönen à la Carte-Angebot.

Réceptionisten

Wenn Sie attraktive Angestelltenbedingungen in einem fortschrittlich geführten Betrieb schätzen, so sind Sie bei uns richtig.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder Ihren Anruf.

Susanne Walt
Hotel Hirschen
9658 Wildhaus
Tel. 071 998 54 54
www.hirschen-wildhaus.ch

144620/28237



Hotel LAVAL
Ihre Alpenwelt
im sonnigen Bündner Oberland

In unserem Erstklass-Ferienhotel, 65 Betten, Restaurants, Hallenbad, ist für die Wintersaison ab Mitte Dezember die Position als

Réceptionist/Sekretär (m/w)

zu besetzen.

Sind Sie flexibel, motiviert und selbständig, zur Mitarbeit in einem kleineren zielstrebigen Team? Verfügen Sie über gute EDV-Anwenderkenntnisse, dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbung mit Zeugniskopien und Foto.

Peter Konrad, Direktor Hotel La Val
7165 Breil/Brigels (bei Films-Laax)
Tel. 081 941 12 52 - Fax 081 941 23 13
www.laval.ch / hotel@laval.ch

144679/125300

Stadt Winterthur

Eingebettet in einem wunderschönen Park liegt das Alters- und Pflegezentrum Adlergarten. Aus der Küche werden ca. 230 Bewohnerinnen und Bewohner verpflegt. Neben diesen Mahlzeiten werden rund 450 Mittagessen für das Restaurant, diverse auswärtige Institutionen und den Mahlzeitendienst "Pro Senectute Winterthur" hergestellt. Wir, ein dynamisches Küchenteam, suchen zur Verstärkung per sofort oder nach Vereinbarung eine oder einen

Diätkoch/-köchin

(Kochlehre mit Zusatzausbildung Diätkoch)

und einen

Jungkoch

Sie haben die Fähigkeit, Ihr fundiertes Fachwissen konstruktiv in die Praxis umzusetzen und haben Freude an einer kreativen Zusammenarbeit.

Wenn Sie an selbständiges und verantwortungsbewusstes Arbeiten gewohnt sind, offerieren wir Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem angenehmen Arbeitsumfeld.

Rufen Sie uns an! Nicole Heule, Leiterin Hotellerie, gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte. Sie erreichen uns unter Telefon 055 267 42 80, oder senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an das:

Alters- und Pflegezentrum Adlergarten, Personaldienst, Gärtnerstrasse 1, 8402 Winterthur.

144763/3187

Hotel Jungfrau

Fiescheralp/Schweiz

Wie wär's...

...in einer herrlichen Bergregion im Kanton Wallis am weltbekannten Aletsch-Gletscher mitten im Skigebiet den Winter zu verbringen?

Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir in unserem Hotel-Restaurant-Pizzeria auf die Wintersaison 2001/2002 noch

SERVICEANGESTELLTE
JUNG-/ HILFSKOCH
PIZZAIOLO

Sind Sie interessiert?

Rufen Sie uns an oder schicken Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Alexander Furrer
Hotel Jungfrau, CH-3964 Fiescheralp
Telefon +41/ (0)27 971 19 88
Fax +41/ (0)27 971 32 02
hotel-jungfrau@rhone.ch
www.hotel-jungfrau.ch

144551/11045



Für unser schönes Gasthaus im Kanton Zug suchen wir eine/n:

Chef de partie
Servicefachangestellte

Wir bieten Ihnen einen angenehmen Arbeitsplatz, die Möglichkeit, selbständig und kreativ zu arbeiten und Neues dazuzulernen. Wir freuen uns auf eine/n motivierte/n Mitarbeiter/in, die/der sich darauf freut, unsere Gäste zu verwöhnen.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung:
Monika Jans, Gasthaus zur Linde
6312 Steinhausen
Tel. 041 748 81 18

144456/97675

GASTHOF SUR ALTEN KANZLEI

Dorfstrasse 13, 8606 Greifensee
Telefon 01 940 58 87
Fax 01 940 58 04

Hermann und Helene Jochum

Gemütliches Speiserestaurant
Saal 80 Personen
Terrasse
Gästezimmer
Eigener Parkplatz

Für unseren schönen Landgasthof suchen wir zur Verstärkung per sofort oder nach Übereinkunft

Servicefachangestellte m/w
Küchenhilfe m/w
Zimmermädchen
Koch/Köchin

Haben Sie Freude, in einem lebhaften Familienbetrieb zu arbeiten, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. Zimmer im Haus möglich.

Hermann und Helene Jochum

144624/130044



Für unser 2-Sterne-Hotel im Berner Oberland suchen wir per sofort für die Wintersaison 2001/02 (evtl. Verlängerung auch für Sommersaison 2002/ Jahresstelle)

Küche:
Traditionelle CH-Küche, 2-Stern-Restaurant, A-la-Carte/Hotelsaal
> 1 gelernte/r Koch o. Köchin

Restaurant:
(Hotelsaal/A-la-Carte)
> 1 Servicefachangestellte/n
> 1 Service- und Buffethilfe
> 1 Serviceangestellte (60%) und Mithilfe an Réception (40%)

Hotel:
Etage/Lingerie/allgem. Arbeiten
> Zimmermädchen

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung an unsere Adresse.

RÉSIDENCE + BERNERHOF HOTELS
Familie Schweizer
Telefon 033 855 27 21
Telefax 033 855 33 58
CH-3823 Wengen

144476/37656

kornhaus café

Kornhausplatz 18

3000 Bern 7

Tout Berne trifft sich in unserem urbanen Grand Café. Zum Inne halten. Zum Geniessen einer kleinen Spezialität. Zum verführt werden von der hauseigenen Patisserie. Zum Talk an der Bar. Von morgens bis abends. Ob drinnen, in den Arkaden oder im Sommer draussen auf der Terrasse: das äussere Ambiente stimmt. Damit unsere Atmosphäre von innen stimmt, suchen wir eine/-n erfahrene/-n

service teamleader (w/m)

Eine Persönlichkeit, welche das Konzept mit Liebe zum Detail umsetzt und Begeisterung und Fachwissen an das Team weitergeben kann und will. Mit Charme und Konsequenz.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto:

BINDELLA terra vite vita SA

Buristrasse 21, 3000 Bern 31

Urs Hirschi - 031 350 51 51

bindellabern@access.ch

www.bindella.ch

Zentral gelegen, vis-à-vis Bahnhof Davos Platz, mit Blick aufs Jakobshorn befindet sich das



In Jahres- oder Saisonstelle suchen wir für unsere Frischmarktküche

Chef Gardemanger
Chef Pâtissier (m/w)

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto freut sich

Hotel Caprice AG

Personalabteilung
Bahnhofstrasse 7, CH-7270 Davos Platz
Telefon 081 415 58 55 (Auskünfte: Do/Fr 14-18)

144722/194611

Schfen Zug

Das Haus mit Ambiance und Komfort im Zentrum der historischen Stadt am Kolnplatz:

Für unser lebhaftes Stadthotel suchen wir nach Übereinkunft eine
Gouvernante
in Jahresstelle.

Eveline Heggin
City-Hotel Ochsen
Am Kolnplatz
CH-6301 Zug

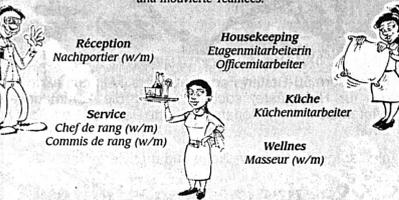
Telefon
041 729 32 32
E-Mail
mh@ochsen-zug.ch

Haben Sie Berufserfahrung und Freude am selbständigen Arbeiten mit einem aufgestellten Team?

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

Möchten Sie gern Berge versetzen?

Bei uns können Sie zwar keine echten Berge versetzen, aber in einem jungen und kreativen Team mitentscheiden und mitwirken. Wir sind das unverwechselbare und unkomplizierte **** Ferien-Erlebnis-Hotel mit ***** Charakter in Arosa und suchen für die kommende Wintersaison vom 30.11.2001 bis 14.04.2002 folgende aufstrebende und motivierte Teamees:



Ist Ihnen nebst einem interessanten Arbeitsplatz und beruflichen Spitzenleistungen auch noch fachliche Weiterbildung, Snowboards, Skifahren, Eishockey und internationales High-Life wichtig? Diese Vorzüge bieten wir Ihnen im Winter und wenn Sie sich angesprochen fühlen, sollten Sie uns noch heute Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen zusenden. Weitere Fragen beantworten Ihnen gerne unser Leiter Teamwesen, Herr Reto Ziegler.

WALDHOTEL NATIONAL
Arosa

CH-7050 Arosa
Telefon (0 81) 378 55 55 - Telefax (0 81) 378 55 99
Internet: www.waldhotel.ch - E-Mail: info@waldhotel.ch

144763/3187



LAUSANNE PALACE & SPA

Le Lausanne Palace & Spa, hôtel de grand luxe, membre "Leading Hotels of the World", recherche pour entrée à venir:

VOITURIER

Avec expérience dans postes similaires, parlant français, anglais et allemand. Possédant un permis de conduire, de nationalité suisse ou avec permis valable. Nous demandons professionnalisme et grande disponibilité.

Et pour nos différentes cuisines:

CHEF DE PARTIE

Avec expérience dans postes similaires

Intéress(e) par l'un de ces postes?

Envoyer votre dossier de candidature avec photo au bureau des Ressources Humaines, 7/9 Grand-Chêne, 1002 Lausanne

one of
The Leading Hotels of the World

144652/18724

htr
**Tout sur le marketing
et le dumping.**

Abonnements et annonces:
tél. 031 370 42 22, fax 031 370 42 23, www.htr.ch

MAISON HALLES
Albert et Catherine Reichl
Rue du Trésor, CH-2000 Neuchâtel
Tél. 032 724 31 41, Fax 032 721 30 84

CHEF DES HALLES **Cherchons** **LE RESTAURANT GASTRONOMIQUE** **du Premier**

BARMAID de suite
DEMI-CHEF DE PARTIE dès décembre
CHEF DE SERVICE dès mi-janvier '02
SERVEURS / SERVEUSES printemps '02

qualifications ou expérience indispensables,
postes à l'année ou de saison,
permis de travail selon les possibilités du marché.
Possibilité de logement sur place.

Envoyer dossier complet à A. Reichl

144647/26565

HOTEL ****
recherche

Une Gouvernante Générale

expérience similaire dans un hôtel de même catégorie
ou quelques années d'expérience comme assistante
gouvernante générale.

Français-anglais indispensable
Nationalité suisse ou permis valable

Veuillez envoyer votre dossier complet avec photo
sous chiffre 144725 à hôtel revue, case postale,
3001 Berne.

(N.B. les dossiers incomplets ou ne correspondant pas
au profil demandé ne seront pas retournés)

144725/12912

- La Foire du Valais, l'une des plus importantes manifestations grand public
- Agrovina, Foire Suisse de l'oéologie, viticulture et arboriculture
- Swissalpina, salon international des entreprises d'équipements de stations alpines

cherchent un

sales manager

universitaires ou de formation jugée équivalente, maîtrisant le français, l'allemand et l'anglais.

Age idéal 30-45 ans.

Vous êtes ambitieux, vous évoluez avec aisance dans les milieux économiques et culturels. Vous disposez de flexibilité dans les horaires et déplacements. Vous êtes un acquiesiteur et un homme de contact.

Votre fonction consistera principalement à vendre et développer nos foires. La recherche de sponsors et de nouvelles manifestations feront partie intégrante de vos tâches.

Nous attendons volontiers votre offre adressée à Bernard Monnet, Président, 11, rue de l'Hôpital, 1920 Martigny.

Nous garantissons évidemment une totale discrétion.

144737/16693

htr
**Tout sur la bière et
les brasseurs d'affaires.**

Abonnements et annonces:
tél. 031 370 42 22, fax 031 370 42 23, www.htr.ch

D'inspiration et de motivation.



Nulle part, vous ne trouverez plus d'offres d'emploi.

Abonnez et insérez:

Téléphone 031 370 42 22, Téléfax 031 370 42 23

www.htr.ch



HOTELS MURALTO** & ZURIGO*****
Caffè Ristorante Al Porto,
Confiserie-Boutique Al Porto KREUZIGER
SA LOCARNO, direkt an der blühenden
Seepromenade

Wir engagieren folgende MitarbeiterInnen

CHEF/IN DE RECEPTION Jahresstelle
Eintritt auf Februar/März 2002,
Erfahrung in 4-Sterne-Hotels, Fidelio D/E//F,
Führungserfahrung.

CHEF DE SERVICE RISTORANTE
MURALTO Jahresstelle
Eintritt auf Ende Februar/März 2002,
A la carte, HP Bankette, Seminare, D/E/I,
Führungserfahrung.

GOVERNANTE
Eintritt auf Ende März/April 02, Jahresstelle
Leitung Bereich Housekeeping,
I/D/E - Führungserfahrung

Für unseren Etagenbereich:

EHEPAARE ZIMMERMÄDCHEN UND
ETAGENPORTIER Eintritt Mitte März 2002

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungen mit den
üblichen Unterlagen an
Doris Marie & H. P. Kreuziger KREUZIGER
SA, LOCARNO, piazza Stazione 8,
6602 Locarno-Muralto, Tel. 091 735 77 77

HOTEL
INTERNATIONAL AU LAC
LUGANO



120 Betten***,
im Zentrum von Lugano,
sucht auf März 2002

CHEF DE RÉCEPTION
(Sie oder Er)

Jahres- oder Saisonstelle,
zur Unterstützung der Direktion.

Als fachlich kompetente Persönlichkeit verfügen Sie
über Berufserfahrung, Kontaktfreudigkeit, gute
Kenntnisse in EDV (Fidelio, Word, Excel)
und Fremdsprachen (I, D, E, F).

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit
Foto:
Familie Schmid
Hotel International au Lac
Via Nassa 68, 6901 Lugano
Telefon 091 922 75 41
www.hotel-international.ch

htr

**Tout sur
l'accueil
et les
mille-
feuilles.**

**Abonnements
et annonces:**
tél. 031 370 42 22,
fax 031 370 42 23,
www.htr.ch

TESSIN
GARTEN-HOTEL
VILLA MARGHERITA

6935 Bosco Luganese,
Tel. 091 611 51 11
Fax 091 611 51 10,

E-Mail: margherita.ch@bluewin.ch
Internet: www.relaischateaux.com/margherita

Für unser renommiertes Relais &
Châteaux-Hotel (4 Sterne), 70 Betten,
7 km von Lugano, suchen wir für die
Sommersaison 2002, von Ende März
bis Oktober

Réceptionniste
mit Berufserfahrung, freundlichem
und sicherem Auftreten, EDV-Fidelio-
kundig, sprachgewandt (D, I, F, E).

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung
mit Foto:

Frau M. Poretti, Hotel Villa Marghe-
rita, CH - 6935 Bosco Luganese
144091/5371



Hotel Tamaro - Ascona

Wir suchen ab März bis November 2002

Sekretärin (CH)
Anfangs-Oberkellner
Köche
Restaurations-tochter oder -kellner
Buffethilfe
Zimmermädchen

Offerten mit Zeugnissen und Foto erbeten an:
Familie Witzig, Hotel Tamaro, 6612 Ascona
Tel. 091 785 48 48, Fax 091 791 29 28

144672/2275

Gsell & Partner
Kompetenz in Hotellerie und Restauration.

Wir sind eine aussergewöhnliche Hotelmanagement-"Gsellschaft" und betreiben
verschiedene Hotels, G&P Hotels International, in der ganzen Schweiz und in Süddeutschland
im Management, als Mieter, Betreuer oder als Besitzer.

Unsere Begeisterung für das Gastgewerbe kennt keine Grenzen.
Durch Weltoffenheit, Zielstrebigkeit und tägliches Lernen erweitern sich unsere Horizonte.
Unsere internationalen Gäste in den G&P Hotels mögen uns.

Lassen Sie sich begeistern!

In unserem 4*-SUITENHOTEL PARCO PARADISO in Lugano - www.parco-paradiso.com -
sind für dynamische Teamspieler noch folgende Herausforderungen frei:

Front-office-Mitarbeiter/in	ab sofort oder n.V.	Eigenverantwortung, Selbständigkeit und Power sind gefragt- und natürlich D,E,I-Anfängerkenntnisse, jedoch Bereitschaft zu I-Kursen
Barista (w)	ab März 2002	Extrovertierte Persönlichkeit für die neue kubanische Bar "Havana Deck". D,E,I - und evtl. ein bisschen Spanisch!
Chef de rang (m/w)	ab März 2002	Fröhliche und versierte Gastgeber-Persönlichkeit für das lebhaftes à la-carte und Halbpensions-Restaurant (13 Gault Millau) mit bezauberndem Blick auf den Luganersee
Chef de partie (m/w)	ab sofort oder n.V.	Kreative und begeisterte Kochkünstler, die zusammen mit der Küchenbrigade den 14. Gault-Millau-Punkt zurück- ubern wollen...
Chef de partie (m/w)	ab März 2002	
Pâtissier m/w	ab März 2002	
Commis de cuisine	ab März 2002	

Frau Barbara Kress freut sich auf Ihre komplette Bewerbung per Post.
(bitte Foto nicht vergessen)

Gsell & Partner, Hotels
Zentralstrasse 10, 6003 Luzern
Fon 041 220 2000 Fax 041 220 2001
www.gsellundpartner.ch, info@gsellundpartner.ch

144727/412706

INTERNATIONAL

WINTER in ÖSTERREICH
Bad Hofgastein einer der schönsten Wintersportorte in
den Hohen Tauern

Wir suchen Sie als

DIREKTIONSASSISTENT m/w
SOUS-CHEF m/w
(Küchenchef - Stellv.)
OBERKELLNER m/w
(Restaurantleiter Stellv.)
EMPFANGSLEITER Stellv. m/w
(mit Aufstiegchancen zum Leiter)
SERVICEMITARBEITER m/w
gelernt - ungelern
KÖCHE m/w
HILFSKRÄFTE m/w
für KÜCHE & SCHANK

Geboten wird guter Verdienst, mit Unterkunft und Ver-
pflegung, tolles Betriebsklima, Ihre freundliche Bewer-
bung mit Unterlagen senden Sie bitte an:
KURHOTEL PALACE
Alexander Moser Allee 13, A - 5630 Bad Hofgastein
z. Hd. Fr Hartl

144682/144735

Prestigioso ristorante del Lago di Como ricerca

chef di cucina

per stagione aprile/dicembre 2002.
Inviare CV a

Ristorante Imperialino
Via Durini
I - 22010 Moltrasio (CO)
Tel. 031 / 346 111

144723/393032

Vom Nachtportier bis zum
Sales Manager.

Abonnieren und inserieren:
Tel. 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

Jobs am Meer

Sport + Animation

EuroActiveTeam
Tel. 033 744 87 53 Fax 54
www.euroactive.ch

144091/392013

In einem der Sieben Arabischen
Emirate entsteht seit Jahren eine
futuristische Grosstadt - **Dubai**

Max Kehl (Ex Chez Max) hat in
einem der Traumhotels (Leading
Hotels of the World) die Beratung eines
Restaurants mit Mediteranem
Touch angenommen.

Dafür suchen ich/wir einige qua-
litätsbegeisterte

Köche

Nähere Informationen erhalten Sie
für's Erste durch Max Kehl

Max Kehl
Telefon 079 635 73 89
e-Mail: kehl@n2mail.com

144581/416615



WERMEILLE JEAN-CLAUDE
International placement services

Looking for a new challenge
in the near future ?

RESTAURANT MANAGERESS
Dubai

...
SOUS CHEF
Ireland

...
BAKER
Eilat on the Red Sea

...
GUEST RELATION
MANAGERESS
Abu Dhabi

...
HEAD CONTROLLER
Morocco

Eggfluhstr. 17 CH - 4054 Basel
☎ +41(0)61 422 06 55 Fax 422 06 56
info@wipsi.ch www.wipsi.ch

144720/204813

Stellensuche leicht gemacht

Unser Beziehungsnetz zu hunderten Betrieben aller Art und in allen Regionen der Schweiz garantiert Ihnen eine erstklassige Sicht auf das aktuelle Stellenangebot.

Wir suchen Sie als

Commis de cuisine

Chef de partie

in führende Hotels und Restaurants in Zürich, Bern, Davos, Luzern, St. Gallen, in der Innerschweiz und Region Bielereise

Sous chef

in City-Restaurants in Luzern, Thun, Olten, Zürich sowie 4*-Hotels in Interlaken, Basel und Zermatt

Sefa wjm

in sehr gut frequentierte Betriebe in Bern, Zürich, Luzern, Emmenbrücke, Olten, am Greifen- und Sarnersee, in Graubünden und im Wallis

Rezeptionist:in

für 3- und 4*-Hotels in Luzern, Weggis, Stansstad, Engelberg, Brunnen, Zürich, Baden, Leukerbad, Wengen, Adelboden, Zermatt, Flims, Bad Ragaz und im Untertengadin

Unter diesen attraktiven Stellen finden Sie garantiert die richtige für Sie. Gerne erwarten wir Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto. Alles weitere können Sie uns überlassen.

Wann dürfen wir Ihre Stellensuche erleichtern?



Partner der Berufsverbände

Filiale Zürich: Freitgutstrasse 10, CH-8002 Zürich
Postfach 4870, CH-6002 Luzern
Tel. 041 418 23 33, Fax 041 418 23 40
Tel. 01 280 03 40, Fax 01 280 03 41
Info@gastrojob.ch, www.gastrojob.ch

WIR BRINGEN IHR BÜRO AUF VORDERMANN!

A-Z Büro-Organisation

MARIE-THERESE HILTMANN
SEMINARSTRASSE 85
POSTFACH 9
5430 WETTINGEN 1
TELEFON 076 413 30 30

SIND IHRE TREUHANDKOSTEN ZU HOCH?
SIE WOLLEN IHRE ADMINISTRATION EINER KOMPETENTEN PERSON ÜBERGEBEN?
DANN RUFEN SIE UNS EINFACH AN!

144738/408220

Arbeitsmarktservice www.gastroa.ch

Tel. 079 475 11 33 Fax 081 382 21 56
PERSONALVERMITTLUNG
Personal aus Österreich

140743/403443

Wir vermitteln gratis gute Stellen in guten Hotels der ganzen Schweiz für qualifiziertes Hotelpersonal.

Verlangen Sie das Anmeldeformular.

Stellenvermittlungsbüro Hotelia

A. Noth, Bollwerkstrasse 84, 4102 Binningen (Schweiz). Tel./Fax 061 421 10 09
1348330/401646



Über Aktualitäten und Eventualitäten.

Abonnieren und inserieren:
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23,
www.htr.ch

«Ambitionen»

Personalrekrutierung und -beratung seit 1990.

Chef/in Human Resources

- 4*-Hotellerie / Region GR; administrativer Bereich von der Rekrutierung bis zum Lohnwesen, Sprachen E/1, Erfahrung in ähnlicher Position, Sozialkompetenz, unternehmerisches Denken, ab 03/02

F&B-Manager

- 4*-Hotellerie, Region GR, Eintritt ab 03/02; verantwortlich für div. Restaurants, Bankettbereich, Barbereich
Kaderposition, Mitarbeiterführung, Coaching, Hotelfachschule, bereits Erfahrung in ähnlicher Position, Sprachen E/1

Geschäftsführung / Betriebsassistent

- Stadrestaurant / 120 Plätze; vorwiegend an der Front (Service, Gästebetreuung), tägliche administrative Arbeiten
Region BS / Eintritt n.V.

Küchenchef/in

- Kantinenbetrieb, geregelte Arbeitszeit, ZH (ab sofort)
- 4*-Hotel, hochstehende Gourmetküche (15 G&M), GR (ab 03/02)
- 3*-Hotel, à-la-carte/Bankett, saisonale Küche, FR (ab 03/02)
- Erstklassiges Gourmet-Restaurant, BE (ab 10/02)

Chef/in de Réception

Region GR / BE / TI
- First-Class-Hotellerie (4-5*), Gästebetreuung, Mitarbeiterführung, Möglichkeit für Sales / Marketing, Sprachen Englisch / Französisch / (Italienisch), Erfahrung in ähnlicher Position; Eintritt nach Vereinbarung

Reservationsleitung /-Sekretärin

- 3-5*-Hotellerie / Region GR, BS, BE, LU; Sprachen E/D, F von Vorteil, Réceptions-Erfahrung, Eintritt n. Vereinbarung

Sales & Convention / Marketing

- 4*-Stadthotellerie / Region BS; Sprachen E/F/D, Hotelfachschule, Réceptions-/Reservations-Erfahrung, Eintritt n.V.
- 3*-Kongress-/Seminarhotel, Region LU, Hotel-/Tourismusfachschule, aktiver Verkauf, Eintritt ab sofort
- 5*-Stadthotellerie / Region BS, E/F/D, entsprechende Ausbildung, Sales-Erfahrung, Eintritt n.V.

Generalgouvernante

- 4*-Hotel / 160 Betten, GR, (ab 12/01)
- 3*-Hotel / 90 Betten, bis zu 25 Mitarbeiter, GR (ab 01/02)
- 4*-Hotellerie / 140 Betten, bis zu 20 Mitarbeiter, BE (ab 04/02)

Restaurantleitung / Chef/in de Service

- First-Class / 5*-Hotel, à-la-carte/HP/Bankett, LU (04/02)
- 5*-Hotel, verantwortlich für à-la-carte Rest., GR (12/01)
- 4*-Hotel, HP/Bankette/Seminare, Ablöse à-la-carte, BE (ab sofort)
- 4*-Hotel, Ferienhotel / G&M / Michelin, à-la-carte, VS (n.V.)
- 4*-Hotel, Seminare, à-la-carte, SO (n.V.)
- Landgasthof / 3*-Hotel, à-la-carte, AG (n.V.)
- gehobene Gastronomie, à-la-carte 15 G&M, ZH (ab sofort)
- Top-Gastronomie, Relais & Châteaux, à-la-carte, GR (12/01)

Küche / Service / Réception

- diverse Angebote in der 3-5* Hotellerie / First-Class / à-la-carte-Restaurant / ganze Schweiz und Süd-Deutschland

»Rufen Sie uns an wir freuen uns Sie kennen zu lernen«



gastro S Haus Howald
XL-Zentrum/Bahnhofstr.8, 5080 Laufenburg
Tel. 062-869 40 40 / Fax 062-869 40 44
e-mail:jobs@gastro-S.ch

www.gastro-S.ch



Wir bringen zusammen, was zusammen gehört.

www.hotelstaff.com

human resources management

Personaldienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus, Catering und Events

Linthschergasse 3
8023 Zürich 1
Tel. 01 229 90 00

DOMINO GASTRO



- Für Stellensuchende kostenlos
- Bei uns sind Sie in guten Händen
- Rufen Sie an - wir haben stets eine Auswahl guter Stellen

In Jahres- + Saisonstellen

- ★ Réception/Chef
- ★ Gouvernante/Hofa
- ★ Sous-Chef
- ★ Chef de partie
- ★ Commis de Cuisine
- ★ Chef de rang
- ★ Service

Nicht einfach eine Stelle - sondern eine bessere Stelle.

Ganze Schweiz
Grüezi

Zürich	01 452 73 73	Bern, Schaffhausen	055 415 52 84
Basel	061 312 40 10	Graubünden, Davos	055 415 52 83
Regio, Südwest	052 415 52 84	Enggast, St. Moritz	055 415 52 83
Interlaken BE-O	033 827 04 22	Wallis, Zermatt	027 945 17 45
Luzern, Zug, SZ	055 415 52 84	Romande, Leucanien	027 945 17 45
Zürcherse, Bodensee	055 415 52 84	Tessin	055 415 52 84

www.domingastro.ch

DOMINO GASTRO

STELLENGESUCHE

Nach 24 Jahren im Gastgewerbe (15 J. selbständig) suche ich, 42 J., gelernter Koch + Bäcker, eine neue Herausforderung im Aussendienst

Vorzugsweise Gastronomie, Bäckergewerbe, Detailhandel.
Offerten bitte unter Chiffre 144703 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

144703/416675

Deutscher, Diplom-Sportlehrer / Sporttherapeut (46), 5sprachig d,e,f,p,s, mit mehrjähriger Berufserfahrung im Sporttourismus, Wellnesshotellerie und Reha-Zentrum sucht ab Winter 2001/2002 oder Sommer 2002

Stelle in der Wellnesshotellerie

mit möglichst internationalem Publikum. Auch Saisonverträge von 9 Monaten akzeptabel.

Ich freue mich auf Ihre Nachricht unter: Telefon und Fax: 01/851 44 55 oder 0049-9431/42266 (ab 21.11.01)

144735/416691

Schweiz-erfahrener

Spitzen-Solopianist, Alleinunterhalter,

auch Elektronik, 55jährig, Ungar mit deutschem Pass, zuverlässig, maximale Leistung, minimaler Lohnanspruch, frei für Wintersaison, auch kurzfristig, und über Agenturen.

Telefon direkt: Herr Berky, 0036 70 211 94 17

144741/416696

Erfolgreicher und motivierter Schweizer Restaurateur mit Patent sucht eine anspruchsvolle Stelle als

Restaurantleiter oder Aide du Patron

im Raume Innerschweiz.

Angebote bitte unter Chiffre 144717 an hotel + tourismus revue, Postfach, 3001 Bern.

144717/416690

IMAGE

www.Arosa.com
Stellenbörse von Arosa

WIRTEPRÜFUNG
Sie möchten Ihre Zukunft sichern und mehr Geld verdienen? Unser moderner Fernkurs führt Sie direkt zum Ziel - ein Lokal unter Ihrer Leitung?
Führung, Interessiert?
Senden Sie noch heute den Coupon ein.

WIRTE-COUPON

GASTROWIRT AG
Badenerstrasse 678, 8048 Zürich

Name: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____
Beruf: _____ Alter: _____
Tel.: _____ HTR



GmbH
Unternehmensberatung
Gastronomie

- Betreuung / Beratung
- Kauf / Miete
- Marketing / Strategie
- Eventmarketing
- Analysen
- Machbarkeits - Studien
- 2. Opinion
- Konzepte
- Start - up

Die schnellsten Wege zu uns

Info@gastratec.ch

079 476 06 14

144580/109609

Ihr Gastro-Job im Graubünden
www.jobs-graubunden.ch

144563/411977

www.hoteljobworld.ch

Über 120.000 Anwender nutzen jeden Monat unsere Internet-Jobbörse
3000 Stellenangebote - 600 Gesuche

136531/412843

Über Internet und nette Gäste.

Abonnieren und inserieren:
Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23, www.htr.ch

Ihr Gastro-Job im Winter
www.gastrojobs.ch

144562/411977

IMPRESSUM

htr hotel + tourismus revue - stellen revue / marché de l'emploi
Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs

Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23
Leitung SHV-Medien / Responsable des médias SSH: Niklaus Stuber
Verlagsleitung / Chef d'édition: Inis Strebel
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Andres Jakob, Marc Moser, Rainer Schmidt
E-Mail: marc.moser@swiss-hotels.ch, rainer.schmidt@swiss-hotels.ch

Anzeigenentwurf (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):

- Frontseite / Première page: Fr. 1,55 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Kaderangebote / annonces cadres: Fr. 1,45 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Tourismus / Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1,35 (exkl. MwSt. / sans TVA)
- Stellengesuche / Demandes d'emploi: Fr. 1,42 (inkl. MwSt. / TVA incluse)

Termine:

- Ausgabe	Nr. 47/2001	Nr. 48/2001	Nr. 49/2001	Nr. 50/2001
- Erscheint	Do 22.11.2001	Do 29.11.2001	Do 6.12.2001	Do 13.12.2001
- Anzeigenschluss	Mo 19.11., 12.00	Mo 26.11., 12.00	Mo 3.12., 12.00	Mo 10.12., 12.00
- Wiederholungen	Mo 19.11., 12.00	Mo 26.11., 12.00	Mo 3.12., 12.00	Mo 10.12., 12.00

Herstellung / Production: Fischer Print / Druckzentrum Bern, 3110 Münsingen

Auflage / Tirage: 22 000 Ex. Versand / Expédition, 13 001 WEMF-beglaubigt / contrôlé REMP

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwendet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.